

**STRATEGI DAN METODE DAKWAH
USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI**



SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

**Bagas Pratiwi
1103041**

**FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2008**

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah
IAIN Walisongo Semarang
di Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : **Bagas Pratiwi**
NIM : 1103041
Fak./ Jurusan : **DAKWAH/KPI**
Judul Skripsi : **STRATEGI DAN METODE DAKWAH
USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA
TELEVISI**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan.

Demikian, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 22 Juli 2008

Pembimbing

Bidang Substansi Materi

Bidang Metodologi & Tata Tulis

Dra. Hj. Ummul Baroroh, M.Ag
NIP: 150 245 381

Drs. H. Najahan Musyafak, MA
NIP: 150 275 330

SKRIPSI

STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI

Disusun oleh

Bagas Pratiwi
1103041

telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 22 Juli 2008
dan dinyatakan telah lulus memenuhi sarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji/
Dekan / Pembantu Dekan

Drs. H. Anasom, M.Hum
NIP.150 254 345

Sekretaris Dewan Penguji/
Pembimbing

Dra. Hj. Ummul Baroroh, M.Ag
NIP. 150 245 381

Anggota Penguji
Penguji I

Dra. Amelia Rahmi, M.Pd
NIP. 150 260 671

Penguji II

H. M. Alfandi, M.Ag
NIP. 150 279 717

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 22 Juli 2008
Penulis

Bagas Pratiwi
NIM. 1103041

MOTTO

إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ

*Sesungguhnya Keadaan-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu
hanyalah berkata kepadanya:
"Jadilah!" maka terjadilah ia
(QS. Yasin: 82)*

PERSEMBAHAN

Dalam perjuangan mengarungi samudera illahi tanpa batas, dengan keringat dan air mata kupersembahkan karya tulis ini teruntuk orang-orang yang selalu hadir dan berharap kerindhaan-Nya. Kupersembahkan bagi mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu dalam kehidupan ku khususnya buat:

- ❖ Bapakku Teguh Soeroto (alm) dan ibuku Sumiatun yang dengan jiwa besar dan kasih sayang nan tulus ikhlas serta doa restunya yang selalu mengalir dalam diri penulis.
- ❖ Kakak-kakakku tercinta (wabil khusus *Ms. Bambang* dan *Mb. Nanik*), Mb. Eny dan Ms. Yunan, Mb. Nur dan Ms. Afif, Mb. Endang dan Ms. Imam serta Ms. Nur, atas segala motivasinya baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Ponakan-ponakan tersayang Queen, Hafidz dan Lang-lang, yang selalu menemaniku dalam setiap suka dan duka.
- ❖ Teman spesialku Mas Rozie yang selalu menyayangi dan memotivasiku dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Sahabat-sahabatku yang terbaik Ila, Kak Jay, Ms. Iik dan Zaenal.
- ❖ Segenap keluarga besar KPI A khususnya angkatan 2003 yang telah memberikan dukungan serta masukan sehingga skripsi ini dapat selesai yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayah-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah SAW, teladan yang senantiasa membawa misi kebenaran meskipun mengandung resiko yang pahit.

Skripsi dengan judul: "STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI", sebagai suatu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam (S. Sos.I) pada Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, yang terhormat:

1. Bapak Drs. H.M. Zain Yusuf, MM selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang.
2. Ibu Dra. Hj. Umul Baroroh, M.Ag dan Bapak Drs. H. Najahan Musyafak, M.A. selaku pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Semua dosen yang telah membimbing dan mengajar penulis selama belajar di bangku perkuliahan.
4. Seluruh staf dan karyawan perpustakaan Institut Agama Islam Negeri Walisongo serta karyawan perpustakaan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Walisongo yang telah memberikan pelayanan kepustakaan kepada penulis.

5. Ustadz Yusuf Mansur dan Ustadz Achmad Jameel di PPPA (lembaga Program Pembibitan Penghafal Al-qur'an) Bulak Santri Tangerang, yang telah menerima dan memberikan data dan informasi guna penyusunan skripsi ini.

Berbagai pihak yang secara tidak langsung telah membantu baik moral maupun materi dalam penyusunan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Pada era globalisasi saat ini, banyak format dakwah yang ditawarkan untuk memenuhi tuntutan dari kebutuhan masyarakat yang materialitis dan majemuk. Tentunya da'i dituntut untuk memahami kondisi sosial masyarakat dan perubahan yang terjadi di dalamnya, karena keberhasilan da'i masih sangat bergantung pada figur. Hal ini menjadi penting untuk menentukan metode, strategi dan media dakwah yang tepat guna. Dilihat dari subyek dakwahnya, ustadz Yusuf Mansur menggunakan media televisi untuk meluncurkan beberapa metode dan strategi dalam menyampaikan dakwah Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi dan metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur di media televisi.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif, menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu menyajikan data dengan cara menggambarkan senyapa mungkin sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi dakwah ustadz Yusuf Mansur di media televisi adalah dakwah dengan cara *halaqoh* atau kelembagaan, yang ia kembangkan melalui lembaga dakwah Wisatahati dan Pondok Pesantren Daarul Qur'an. Sedangkan metode dakwah yang digunakan adalah metode ceramah, tanya jawab, debat (mujadalah) dan cerita yang dikemas dalam sinetron yang ditayangkan di televisi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4. Tinjauan Pustaka.....	8
1.5. Metode Penelitian	10
1.5.1. Jenis Penelitian dan Pendekatan	10
1.5.2. Definisi Konseptual	11
1.5.3. Sumber Data.....	14
1.5.4. Metode Pengumpulan Data	15
1.5.4.1. Metode Dokumentasi	15
1.5.4.2. Metode Wawancara	15
1.5.5. Metode Analisis Data	16
1.6. Sistematika Penulisan	17
 BAB II. STRATEGI DAN METODE DAKWAH DI TELEVISI	
2.1. Strategi Dakwah	19
2.2. Metode Dakwah.....	24
2.3. Televisi Sebagai Media Dakwah	30
2.4. Strategi dan Metode Dakwah di Televisi.....	34

BAB III. STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI

3.1. Biografi Ustadz Yusuf Mansur	40
3.1.1. Latar Belakang Keluarga	40
3.1.2. Latar Belakang Pendidikan	42
3.1.3. Pengalaman Rohani Ustadz Yusuf Mansur	44
3.1.4. Karya-Karya Ustadz Yusuf Mansur	49
3.1.5. Aktivitas Sosial Keagamaan Ustadz Yusuf Mansur .	50
3.2. Strategi dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur	50
3.2.1. Konsep Strategi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur.....	50
3.2.2. Konsep Metode Dakwah Usatdz Yusuf Mansur.....	57
3.2.3. Aplikasi Strategi dan Metode Ustadz Yusuf Mansur di Televisi	59

BAB IV. ANALISIS STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI

4.1 Analisis Strategi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi	64
4.1.1 Proses Strategi	64
4.1.2 Isi Strategi	69
4.1.3 Konteks Strategi	71
4.2 Analisis Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi	73
4.3 Analisis Strategi dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi.....	81

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	83
5.2. Saran-Saran	84
5.3. Penutup	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan sains dan teknologi pada saat ini sangat pesat sekali, bahkan kepesatannya melebihi kemampuan manusia dalam menyesuaikan dirinya dengan dampak dari sains dan teknologi itu sendiri. Dampak positif atau negatif terbukanya informasi dan perkembangan teknologi tergantung pada masyarakat penerimanya. Masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih informasi yang di butuhkan sesuai dengan teknologi yang terbaik baginya. Berbagai informasi dan tontonan yang beredar di tengah masyarakat tentu ada yang berkualitas dan ada yang tidak berkualitas.

Dampak positif dari perkembangan teknologi tersebut adalah memberi kemudahan pada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan riil manusia. Sedangkan dampak negatif dari perkembangan teknologi antara lain dapat menyebabkan manusia semakin tereksploitasi oleh sesamanya. Informasi-informasi yang ditayangkan di media massa, baik itu televisi, surat kabar, internet maupun film tertentu tidak bebas nilai. Di dalamnya terdapat kepentingan-kepentingan, baik itu kepentingan komersial ataupun kepentingan ideology (Eriyanto, 2001: vii).

Lebih dari itu, kemudian dalam mendapatkan perangkat keras atau lunak teknologi ini dapat memposisikan manusia sebagai tuhan, bahkan sebagai budak teknologi tersebut. Tergantung siapa yang kuat dan kuasa, dia

akan dengan mudah menguasai teknologi, atau mungkin siapa yang lemah, dia akan diperbudak oleh teknologi tersebut.

Disamping pengaruh tersebut pengaruh sosio-kultural di Indonesia yang berlangsung cepat dengan perkembangan ilmu dan teknologi sebagai penunjang, berakibat secara langsung terhadap pola pikir dan perilaku masyarakat. Salah satu implikasinya adalah semakin banyaknya orang yang merasa terasing (teralienasi) di tengah-tengah dunia yang begitu ramai mengitarinya (Achmad, 2000: 2).

Berbagai persoalan yang mengakibatkan terjadinya krisis dalam masyarakat ini menjadikan manusia sekarang ini kembali merindukan semangat-semangat spiritual yang selama ini tergantikan begitu cepat akan mengakibatkan apa yang disebut dengan penyakit aliensi (keterasingan), dan orang butuh pedoman untuk menjaga integritas kepribadiannya (Abdullah, 1996: 158).

Permasalahan di atas, menjadi tantangan bagi mujahid dakwah dalam arti yang luas, yaitu untuk meningkatkan aktifitasnya dalam menyadarkan kembali masyarakat kepada eksistensi Islam yang sebenarnya. Da'i dituntut untuk mampu menyembuhkan umat kepada esensi Islam yang sebenarnya.

Pemahaman inilah, kemudian pengertian tentang dakwah sudah mengalami perubahan dan perkembangan. Pada masa lalu, dakwah diartikan secara praktis semata yaitu mempunyai arti tabligh yang dipahami sebagai kegiatan menyampaikan ajaran Islam secara lisan, misalnya seperti yang dilakukan oleh beberapa orang dalam ceramah-ceramah (Raharjo, 1992: 158).

Setelah pengertian dan pemahaman orang tentang cara berdakwah telah berkembang dan penggunaan alat-alat komunikasi telah berkembang pula, maka menyampaikan ajaran Islam dengan tulisan dalam berbagai buku maupun media massa, penggunaan alat-alat audio visual seperti kaset dan film atau pertunjukan sandiwara atau juga segala upaya yang dilakukan oleh siapapun dengan profesi apapun yang bertujuan untuk kebaikan, dapat pula dikatakan sebagai dakwah (Raharjo, 1992; 158).

Oleh karena itu agar dakwah Islam tetap diterima dan mencapai tujuan, maka unsur dakwah Islam harus memiliki pengorganisasian yang matang menyesuaikan dengan situasi dan kondisi masyarakat sekarang (Ahmad, 1985: 194).

Hal yang sama juga dilontarkan oleh Dzikron Abdullah, yang mengatakan bahwa media adalah alat yang obyektif yang menjadi saluran yang menghubungkan ide dengan umat. Bahkan Dzikron Abdullah menambahkan media merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang dapat digolongkan menjadi lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan perbuatan atau akhlak (Abdullah, 1992; 157).

Untuk itu dalam era informasi saat ini keberadaan media massa termasuk televisi menempati posisi urgensi, kecenderungan televisi dalam menyita waktu pemirsa nyaris bersifat mutlak. Keberadaan media massa televisi pada dasawarsa terakhir ini, memang semakin menarik perhatian

masyarakat, karena televisi bukan saja sebagai media hiburan tapi juga memiliki fungsi lain sebagai kontrol sosial, pendidikan dan menyampaikan informasi secara cepat.

Televisi memang unggul dalam membangun daya tarik, persepsi, perhatian dan imajinasi dalam menkonstruksikan realitas. Sehingga dilihat dari sisi dakwah, media televisi jauh lebih efektif daripada jenis media massa lainnya. Selain itu dakwah di televisi memiliki relevansi sosiologis, mengingat mayoritas kita beragama Islam. Jika dilihat dari tingkat keefektivitasannya, dakwah di televisi punya pangsa pasar yang potensial (Muhtadi dan Handayani, 2005: 88).

Hal inilah yang sekarang banyak dimanfaatkan oleh para ulama atau da'i untuk dijadikan sebagai media dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki asas efektifitas dan efisien, dimana di dalam suatu aktifitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antara biaya waktu dan tenaga sedikit dapat memperoleh hasil yang semaksimal mungkin (Syukir, 1983; 33).

Keberadaan da'i pada dasarnya sangat menentukan keberhasilan kerja dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat patrenalistik, yakni masih sangat bergantung dengan sosok seorang figur atau tokoh. Kesuksesan suatu dakwah memang sangat bergantung kepada pribadi pembawa dakwah itu sendiri, yang sekarang lebih populer kita sebut da'i (Syukir, 1983; 34).

Tentunya da'i dituntut untuk memahami kondisi sosial masyarakat dan perubahan yang terjadi di dalamnya. Hal ini menjadi penting untuk

menentukan metode, strategi dan media dakwah yang tepat guna yang mampu mensiasati perubahan dinamika masyarakat sebagai tuntunan terhadap konsep Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*.

Sejalan dengan pendapat diatas, untuk menghadapi masyarakat yang komplek banyak format dakwah yang ditawarkan untuk memenuhi tuntutan dari kebutuhan masyarakat yang materialistis, dan majemuk. Dilihat dari subyek dakwah atau da'i seperti Arifin Ilham dengan metode dzikirnya, ustadz Haryono dengan terapi pengobatannya, Jefri Al Bukhori dengan kalangan selebritisnya, Aa Gim dengan menejemen qolbunya, Ustadz Yusuf Mansur dengan Wiatahatinya dan masih banyak lagi da'i yang memiliki ciri khas sendiri-sendiri dalam menyampaikan dakwahnya. Melihat ciri khas subyek dakwah tersebut maka penulis tertarik meneliti Ustadz Yusuf Mansur dengan Wisatahatinya.

Ustadz Yusuf Mansur, da'i muda sekaligus *Entrepreneur* yang berhasil dalam mengembangkan dakwah di masa sekarang yaitu dengan menanamkan kecintaan dan keyakinan akan kekuatan dan keajaiban sedekah. Dia sangat pandai dalam mengemas suatu dakwah, sehingga dakwahnya dengan mudah dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat. Dalam dakwahnya dia memanfaatkan beberapa media massa diantaranya TV, kaset, CD, film, maupun lewat buku-buku karyanya.

Ustadz Yusuf Mansur dalam menyampaikan dakwahnya berbeda dengan da'i pada umumnya karena dalam dakwahnya dia menggunakan pendekatan fenomenologis yaitu fenomena-fenomena di lapangan dijadikan

obyek penelitian yang diamati yaitu dengan mengangkat masalah-masalah riil yang dihadapi masyarakat pada masa sekarang.

Bagi Yusuf Mansur, solusi untuk keluar dari masalah adalah dengan menyerahkan segala persoalan kepada Allah. Karena bagi Allah, semua masalah itu kecil adanya, bagi-Nya tidak ada persoalan yang tidak bisa diselesaikan (Republika, 2007; B4).

Sebagaimana firman Allah Swt al-Qur'an surat Yassin 82-83:

إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ ﴿٨٢﴾ فَسُبْحَانَ الَّذِي فِي يَدِهِ مَلَكُوتُ كُلِّ شَيْءٍ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya: “Sesungguhnya keadaan-Nya apabila Dia menghendaki sesuatu hanyalah berkata kepadanya, ‘jadilah’ maka terjadilah ia.. Maka Maha suci (Allah) yang di tangan-Nya kekuasaan atas segala sesuatu dan kepada-Nyalah kamu dikembalikan.” (Depag,1982: 714)

Dalam setiap ceramahnya ustadz Yusuf Mansur selalu memberikan *testimonial* yang ia angkat dari kisah nyata yang ia alami atau jamaahnya. Tujuannya tiada lain agar kita tidak ragu dalam bersedekah. Aktifitasnya cukup padat, mulai dari mengasuh anak-anak dhuafa di pesantren Daarul Qur'an, mengisi ceramah di pengajian Wisatahati di Bulak Santri Tangerang, menulis buku, mengisi pelatihan-pelatihan, hingga membuat sinetron Maha Kasih (Swadaya, 2006: 13)

Jadi, inti sasaran utama dakwahnya adalah kesadaran pribadi. Untuk itu, pendekatan dan watak dari kegiatan dakwah dilakukan melalui cara pencerahan pikiran dan penyejukkan hati.

Melihat latar belakang tersebut, maka metode, strategi dan media sebagai sarana yang harus dilalui untuk mencapai suatu maksud, merupakan hal yang aktual untuk di bicarakan dan diterapkan pada kegiatan dakwah. Sehubungan dengan uraian tersebut di atas penulis bergerak untuk mengadakan penelitian skripsi yang berjudul “STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka muncul permasalahan:

1. Bagaimana strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur di media televisi?
2. Metode seperti apakah yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur di media televisi?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari kajian skripsi ini adalah: Untuk mengetahui strategi dan metode dakwah yang dilakukan Ustadz Yusuf Mansur di media televisi?

Adapun manfaat dari kajian skripsi ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis hasil penelitian ini akan menambah khasanah keilmuan dakwah.
2. Manfaat secara praktis penelitian ini adalah dapat memberikan nilai positif sebagai upaya membantu memecahkan masalah dakwah Islam di masa sekarang.

1.4. Tinjauan Pustaka

Variabel strategi dan metode dakwah telah menjadi tema pada beberapa penelitian, tetapi berdasar penelusuran penulis, belum ada satu penelitian yang membahas analisis tentang strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur di medi televisi. Berikut penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian ini:

Penelitian Tofik (2001) dengan judul “*Strategi Dakwah Hizbut Tahrir Dalam Menegakkan Daulah Khilafah Islamiyah (Melalui Jalur Politik)*”. Dalam penelitiannya Tofik menganalisis data dengan metode induksi, deduksi dan komparasi dengan kesimpulannya menunjukkan bahwa secara umum strategi dakwah yang dilakukan Hizbut Tahrir meliputi tiga landasan operasional, yaitu pertama tatqif (pembinaan atau pengkaderan), kedua tafa’ul (berinteraksi) dengan umat yang memiliki beberapa pendekatan dengan tsaqafah murakkazah (pembinaan intensif), kifahus siyasa (perjuangan politik), mengadopsi kemaslahatan umat dan melayani seluruh urusannya sesuai dengan hukum syara, ketiga istimaul hukmi (pengambil alihan).

Penelitian M. Mulyadi (1995) dengan judul “*Kajian Metode Dakwah Dr. K.H. Ez Muttaqien Dan Pokok Pemikirannya*”. Penelitian M. Mulyadi ini menggunakan analisis deduktif dan induktif. Penelitian ini menitik beratkan pada metode dakwah dan pokok pemikiran Dr. K.H. Muttaqien dan kesimpulannya ada dua metode dakwah yang dilakukan Dr. K.H. Ez Muttaqien yaitu metode ceramah (lisan) dan metode tulisan, penggunaan

kedua metode tersebut berkaitan erat dengan latar belakang beliau, aktifitas sebagai tenaga pendidik, di samping didasarkan kepada kondisi obyek dakwah. Kedua metode tersebut juga menjadikan Dr. K.H. Ez Muttaqien sebagai orator yang hebat dan seorang pengarang yang tajam pikirannya.

Penelitian M. Fathur Rofik (2004) dengan judul “*Metode Dakwah Dan Perjuangan K.H. A Nasucha Dikabupaten Kebumen*”. Penelitian ini menitik beratkan pada metode dakwah K.H. A Nasucha yang ada dikebumen dan mengungkapkan bahwa metode dakwah yang dilakukan K.H. A Nasucha dalam berdakwah meliputi ceramah dan pengajian serta dakwah bil hal, angkat senjata karena metode ini sangat tepat diterapkan terhadap masyarakat yang sedang dijajah (perang) dan dirusaknya nilai-nilai murni ajaran Islam, selain itu menggunakan metode silaturahmi untuk menetapkan keyakinan dan keimanan masyarakat. Penulis dalam meneliti menggunakan pendekatan historis yang kemudian dianalisis menggunakan metode diskriptif, dan analisis induktif.

Penelitian Gufroni (1994) dengan judul “*Metode Dan Strategi Perkembangan Agama Islam Pada Lembaga Di Kotamadia Semarang*”. Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif, dan dapat diambil kesimpulan bahwa metode dan strategi dakwah yang diterapkan lembaga-lembaga dakwah di Kotamadia Semarang terutama NU, Muhamadiyah, dan MDI pada dasarnya disesuaikan pada kondisi sosial masyarakat, meskipun antara lembaga dakwah yang satu dengan yang lain berbeda. Metode dan strategi dakwah Muhamadiyah secara keseluruhan dapat dikatakan sesuai dengan

kondisi sosial masyarakat Kotamadia Semarang. Demikian pula metode yang diterapkan NU, akan tetapi strategi yang diterapkannya lebih ditujukan pada pembinaan satuan organisasi. Sedangkan metode dakwah MDI tidak sepenuhnya didasarkan pada kondisi umat, melainkan pada kondisi organisatorik, strategi dakwahnya, meskipun sebagian besar masih bersifat konseptual telah disusun secara sistematis, rinci dan terarah pada tujuan.

Dari keempat kajian penelitian tentang metode dan strategi tersebut, terdapat perbedaan dengan penelitian yang tengah penulis lakukan, perbedaannya meliputi tokoh yang penulis kaji maupun letak geografisnya. Pada skripsi ini akan difokuskan pada pembahasan mengenai strategi dan metode dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi yang hidup di zaman globalisasi seperti ini.

1.5. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan sebuah penelitian yang akurat, ilmiah dan sistematis, maka diperlukan metode yang tepat dan memadai. Kerangka metodologi yang akan penulis gunakan dalam penelitian cukup sederhana, namun penulis memandang kerangka ini cukup tepat, yaitu dengan mengikuti langkah-langkah:

1.5.1 Jenis Penelitian/Pendekatan/Spesifikasi Penelitian

Jenis penelitian yang berjudul “Strategi Dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Di Media Televisi” ini adalah penelitian kualitatif, yang mana penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian

yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2002: 3).

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, artinya bahwa fenomena-fenomena di lapangan dijadikan sebagai obyek penelitian yang di amati. Fenomenologis merupakan salah satu dasar filosofis dari penelitian kualitatif yang berpendapat bahwa kebenaran sesuatu itu dapat diperoleh dengan cara menangkap fenomena atau gejala yang memancar dari obyek yang diteliti (Suharsimi, 2002: 12). Dalam penelitian ini peneliti ingin mengungkap strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur yang belum terungkap.

Spesifikasi dari penelitian ini menggunakan deskriptif yaitu penulis mendeskripsikan kasus-kasus konkret dan situasi dengan teliti dan kenyataan dijadikan suatu cerita dengan menghimpun data dan menganalisis strategi dan metode dakwah Ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi, dan menyimpulkan pemikiran tersebut agar menjadi mudah dipahami.

1.5.2 Definisi Konseptual

Untuk memberi kejelasan wilayah penelitian skripsi ini, maka perlu adanya batasan definisi dari judul “Strategi Dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Dalam Media Televisi”. Adapun batasan operasionalnya dalam penelitian ini meliputi:

Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Depdikbud, 1994: 984), sedangkan menurut Trisno Yuwono mengartikan strategi sebagai suatu siasat atau taktik perang (Yuwono, 1994: 958). Di kalangan militer strategi di kenal dengan ungkapan yang terkenal *“to win the war not the battle”*, yang berarti memenangkan perang, bukan memenangkan pertempuran. (Uchjana, 1993: 299). Maksudnya jika memenangkan pertempuran keberhasilan berskala kecil tetapi memenangkan perang keberhasilan besar. Perang yang dimaksud disini adalah strategi yang digunakan ustadz Yusuf Mansur dalam melawan kemiskinan contohnya yaitu dengan cara sedekah.

Strategi dakwah adalah proses menentukan cara dan daya upaya untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. (Pimay, 2005: 50).

Metode yaitu suatu cara tetap, terpikir sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan tertentu. (Abdullah, 1992: 4). Sedangkan metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. (Munir, 2006: 7). Metode yang dimaksud disini adalah metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur.

Media televisi adalah Salah satu dari media dakwah yang hingga kini dan masa yang akan datang masih terus berkembang

yaitu televisi, televisi adalah salah satu jenis media massa (*mass media*), merupakan sarana atau saluran komunikasi massa. Pada hakikatnya televisi merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan dan diiringi unsur radio. Media televisi yang dimaksud disini adalah televisi yang menayangkan dakwah ustadz Yusuf Mansur yaitu diantaranya Trans TV, dan RCTI.

Ustadz Yusuf Mansur adalah salah satu da'i muda sekaligus *Entrepreneur* yang cukup terkenal di Indonesia. Perjalanan hidup pimpinan Pondok Pesantren Darul Qur'an dan pimpinan pengajian Wisata Hati ini memang dipenuhi berbagai masalah. Pada tahun 1998 dia sudah merasakan hidup di sel tahanan. Dia juga pernah dililit hutang yang mencapai angka 1,4 miliar dan berjualan es di sebuah terminal bus di Jakarta Barat (Republika, 2007:B4).

Dalam berbagai rintangan itu ustadz Yusuf Mansur mencoba membagi pengalamannya sewaktu dipenjara yang terinspirasi oleh semut, dengan talenta yang dia miliki maka kiprahnya sebagai seorang da'i berkibar, setelah sukses dengan dakwahnya dia mengeluarkan buku yang berjudul *Wisata Hati Mencari Tuhan Yang Hilang* buku ini mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat. Karier ustadz Yusuf Mansur makin mengkilap setelah bertemu dengan Yusuf Ibrahim, produser dari label PT Virgo Ramayana Record. Kerjasamanya dengan Yusuf Ibrahim, ustadz Yusuf Mansur

mengeluarkan kaset tausiah *Kun Fayakuun, The Power Of Giving* dan *keluarga sakinah* (www.bintang .Indonesia).

Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dipahami bahwa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dan metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi.

1.5.3 Sumber dan Jenis Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.

1.5.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian yang menggunakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung dari subyek sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar,1998: 91)

Sumber data primer yang dimaksud adalah sumber utama penelitian yaitu berupa CD dan rekaman dakwah Ustadz Yusuf Mansur.

1.5.3.2 Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari orang lain, tidak langsung diperoleh dari subyek penelitiannya (Azwar,1998: 91).

Data sekunder yang dimaksud disini adalah sumber yang berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi maupun artikel

yang ditulis orang lain yang berkaitan dengan ustadz Yusuf Mansur.

1.5.4 Metode Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah tokoh oleh karena itu metode pengumpulan datanya dilakukan dengan metode dokumentasi, wawancara.

1.5.4.1 Metode Dokumentasi

Adalah teknik pengumpulan data secara dokumenter, yakni dokumen berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena-fenomena yang masih aktual (Bachtiar, 1997:77).

Dengan dokumentasi, peneliti dapat mencatat karya-karya yang dihasilkan ustadz Yusuf Mansur selama ini atau tulisan orang lain yang berkaitan dengannya. Serta mengikuti atau menyaksikan acara pengajian yang dilaksanakan ustadz Yusuf Mansur.

1.5.4.2 Metode Wawancara

Adalah upaya penghimpunan data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Data yang diperoleh dengan teknis ini adalah dengan cara tanya jawab secara lisan dan tatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara

dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai (Bachtiar, 1997:72).

Untuk melengkapi data yang diperlukan, penulis mengadakan wawancara langsung dengan ustadz Ahmad Jameel dan pihak terkait yang berhubungan langsung dengan tema yang ditulis.

1.5.5 Metode Analisis Data

Setelah memperoleh data-data hasil wawancara dan dokumentasi, maka skripsi ini dalam menganalisis data menggunakan uji analisis non statistik. Langkah selanjutnya adalah mengklasifikasikannya sesuai dengan permasalahan yang diteliti, kemudian data-data tersebut disusun dan dianalisis dengan metode analisis data.

Metode analisis data adalah jalan yang ditempuh untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dengan mengadakan perincian terhadap obyek ilmiah tertentu dengan jalan memilah-milah antara pengertian yang satu dengan yang lain guna memperoleh kejelasan mengenai halnya (Sudarto, 2002: 59). Untuk mendukung hal tersebut, maka penulis dalam menganalisis menggunakan metode *Analisis Deskripsi Kualitatif*, yaitu melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan (Azwar, 2005: 6).

Dengan demikian penekanan analisis deskripsi adalah menyajikan data dengan cara menggambarkan senyata mungkin sesuai dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Karena tujuan analisis data ini adalah menyederhanakan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Hadari,1997).

Dalam pendekatan metode analisis data tersebut menggunakan cara berfikir induktif yaitu cara pengambilan kesimpulan dari fakta yang bersifat yang khusus, kemudian ditarik menjadi sifat umum.

1.6. Sistematika Penulisan Skripsi

Bagian awal skripsi ini memuat halaman sampul depan, judul halaman, nota pembimbing, halaman persetujuan atau pengesahan, halaman pernyataan, abstraksi, kata pengantar dan daftar isi.

Bab I. PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian (meliputi: jenis/ spesifikasi/ pendekatan penelitian, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, serta analisis data), dan sistematika penulisan.

Bab II. STRATEGI DAN METODE DAKWAH

Bab ini menguraikan secara umum tentang landasan teori yang berisi gambaran umum tentang strategi, metode, media dakwah.

Bab III. STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DALAM MEDIA TELEVISI

Bab ini merupakan bagian yang menjadi fokus penelitian yang akan memuat tentang biografi ustadz Yusuf Mansur, karya-karya dan aktifitasnya, serta strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi.

Bab IV. ANALISIS STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DALAM MEDIA TELEVISI

Bab ini merupakan bagian inti yang akan menganalisis strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi

Bab V. PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran-saran dan kata penutup.

BAB II

STRATEGI DAN METODE DAKWAH DI MEDIA TELEVISI

2.1. Strategi Dakwah

Keberhasilan suatu dakwah terletak pada strategi yang telah direncanakan, agar aktivitas dakwah berjalan optimal, efektif, efisien dan dalam waktu yang relatif singkat. Strategi dakwah Islam menjadi hal yang sangat penting dan perlu diperhatikan secara serius oleh lembaga dakwah terlebih juru dakwah (da'i), agar dakwah dapat tepat pada sasaran.

Menurut Awaludin Pimay (Pimay, 2005; 50) dalam buku Paradigma Dakwah Humanis bahwa strategi merupakan istilah yang sering diidentikkan dengan “taktik” yang secara bahasa sering diartikan sebagai “*concerning the movement of organisms in respons to external stimulus*”. Sementara itu, secara konseptual strategi dapat dipahami sebagai suatu garis besar haluan dalam bertindak untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.

Henry Minzberg mendefinisikan strategi sebagai lima P, yaitu: strategi sebagai **perspektif**, di mana strategi dalam membentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada aktivitas. Strategi sebagai **posisi** di mana dicari pilihan untuk bersaing. Strategi sebagai **perencanaan**, dalam hal ini strategi menentukan tujuan performasi perusahaan. Strategi sebagai **pola**

kegiatan, di mana dalam strategi di bentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian dan strategi sebagai **penipuan** (Ploy) yaitu tipu muslihat (Minzberg, 2007).

Menurut Bob de Wit dan Ron Meyer (1998:5) strategi terbentuk oleh tiga dimensi yaitu, proses, isi dan konteks. Ketiga dimensi strategi tersebut bisa dikenali di dalam setiap situasi masalah strategi dunia nyata. Mereka bisa didefinisikan secara umum sebagai berikut:

a) Proses strategi.

Proses strategi adalah cara di mana strategi-strategi terjadi. Proses strategi berkaitan dengan bagaimana, siapa dan kapan strategi seharusnya dibuat, dianalisis, dibayangkan, diimplementasikan, diubah dan di kontrol siapa yang terlibat, dan kapan aktivitas-aktivitas yang perlu berlangsung.

b) Isi strategi.

Isi strategi adalah produk dari sebuah proses strategi. Isi strategi berkenaan dengan apa yang disebut strategi dan apa yang seharusnya menjadi strategi bagi setiap unit penyusunannya.

c) Konteks strategi.

Konteks strategi adalah serangkaian keadaan di mana proses strategi dan isi strategi ditentukan. Konteks strategi berkenaan dengan di lingkungan mana proses strategi dan isi strategi tertanam.

Secara khusus harus diakui bahwa ketiga dimensi tersebut saling berinteraksi. Misalnya, cara di mana proses strategi diorganisir akan memiliki suatu dampak signifikan pada isi strategi yang dihasilkan. Demikian juga, isi

dari strategi sangat mempengaruhi cara di dalam mana proses strategi akan dilaksanakan di masa mendatang.

Strategi pada dasarnya adalah penentuan cara yang harus dilakukan agar memungkinkan memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat serta tetap menuju terciptanya tujuan yang telah ditetapkan.

Faktor-faktor penting yang menjadi perhatian dan perhitungan dalam menentukan strategi adalah:

- a) Memperhitungkan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki dari pada pihak-pihak saingan.
- b) Memanfaatkan keunggulan dan kelemahan-kelemahan pihak saingan.
- c) Memperhitungkan keadaan lingkungan intern maupun ekstern yang dapat mempengaruhi perusahaan.
- d) Memperhitungkan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan psikologis.
- e) Memperhatikan faktor-faktor sosio-kultural dan hukum.
- f) Memperhitungkan faktor ekologis dan geografis.
- g) Menganalisis dengan cermat rencana pihak-pihak saingan.

Tahapan-tahapan pelaksanaan yang ditetapkan dalam urutan prioritas, harus saling berkaitan, saling menunjang, dan tidak terpisahkan satu sama lainnya (Hasibuan, 2001:102).

Menurut Asmuni Syukir (1983: 32-33) strategi dakwah adalah metode, siasat, taktik, atau manuver yang dipergunakan dalam aktifitas untuk

mencapai tujuan tertentu. Strategi dakwah adalah merupakan cara atau siasat yang dipergunakan di dalam usaha dakwah untuk mencapai tujuan dakwah.

Dalam mencapai tujuan dakwah, seorang da'i tidak akan lepas dari strategi, sebab dengan strategi itulah para da'i dapat mendeteksi gerak dakwah yang dijalankan. Agar strategi itu berhasil, maka harus diperhatikan beberapa azas sebagai berikut:

a) Azas filosofis (*philosophy*).

Azas ini terutama membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai dalam proses atau dalam aktivitas dakwah.

b) Azas kemampuan dan keahlian Da'i (*achievement and professional*)

Azas ini membahas masalah yang berkaitan dengan kewajiban-kewajiban yang harus dimiliki seorang da'i dalam menghadapi tantangan dakwah yang sesuai dengan perkembangan dakwah.

c) Azas sosiologi (*sociology*).

Azas ini membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah, misalnya politik pemerintahan, mayoritas agama, filosofis sasaran dakwah, sosio-kultural sasaran dakwah dan sebagainya.

d) Azas psikologis (*psychology*).

Azas ini membahas masalah yang erat hubungannya dengan kejiwaan manusia. Seorang da'i adalah manusia, begitupun sasaran dakwahnya yang memiliki karakter (kejiwaan) yang unik, yakni berbeda

antara yang satu dengan yang lainnya. Apalagi masalah agama, yang merupakan masalah idiologi atau kepercayaan (*ruhaniyah*) tidak lepas dari masalah-masalah psikologis sebagai azas (dasar) dakwahnya.

e) Azas efektifitas dan efisiensi.

Azas ini maksudnya di dalam aktivitas dakwah harus berusaha menyeimbangkan antar biaya, waktu, maupun tenaga yang dikeluarkan dengan pencapaian hasilnya. Untuk mencapai hasil yang semaksimal mungkin antara waktu dan tenaga setidak-tidaknya seimbang antara keduanya.

Di samping itu menurut Mulkhan dalam bukunya Muhyidin yang berjudul Metode Perkembangan Dakwah (2002: 39) konsep dan strategi dakwah harus diarahkan pada pemecahan berbagai persoalan yang dihadapi masyarakat di lapangan. Dakwah pemecahan masalah diharapkan menghasilkan kondisi:

- a) Tumbuhnya kepercayaan dan kemandirian umat serta masyarakat sehingga berkembang sikap optimis.
- b) Tumbuhnya kepercayaan terhadap kegiatan dakwah guna mencapai tujuan kehidupan ideal.
- c) Berkembang suatu kondisi sosio, ekonomi, budaya, politik, iptek sebagai landasan peningkatan kualitas hidup, atau peningkatan kualitas sumber daya umat (SDU).

Dari beberapa pengertian strategi yang telah dirumuskan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah siasat untuk menentukan

tindakan-tindakan masa datang untuk mencapai tujuan yang diinginkan dan untuk menyelesaikan suatu masalah.

Proses pengambilan keputusan untuk menetapkan strategi seolah merupakan sekuensi mulai dari penetapan misi, visi dan tujuan jangka panjang strategi. Kenyataannya perumusan strategi dapat di mulai dari strategi itu sendiri.

Strategi akan dirumuskan melalui tahapan utama, analisis arah, untuk menentukan misi, visi, tujuan jangka panjang yang ingin dicapai, analisis situasi tahapan untuk mencapai situasi dan menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang akan menjadi dasar perumusan strategi, penetapan strategi, yaitu tahapan untuk identifikasi alternatif dan memilih strategi yang akan dijadikan oleh organisasi atau lembaga dakwah itu sendiri.

2.2.Metode Dakwah

Dalam penyajian dakwah, salah satu segi yang disoroti selain strategi adalah metode. Sukses tidaknya suatu program penyajian dakwah sering kali dinilai dari segi metode yang digunakan, sebab metodelah yang menentukan isi dan cara menyajikan dakwah (Abdullah, 1992: 1).

Metode dari bahasa Yunani “methodos” artinya cara, jalan. Jadi metode dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang tetap, terpikir sebaik-baiknya untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Abdullah, 1992; 4).

Sedangkan menurut Muhammad Arifin (2006; 6) dalam bukunya Dakwah MultiMedia, metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk

pelaksanaan sesuatu, cara kerja. Metode juga berarti sama dengan prosedur atau cara memahami sesuatu melalui langkah yang sistematis.

Sedangkan metode dakwah menurut Munir (2003; 168) adalah cara-cara tertentu yang dilakukan seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan "Human Oriented" menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.

Pokok-pokok metode dakwah berdasarkan al Qur'an yaitu pada surat An- Nahl ayat 125 sebagai berikut:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالتِّي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk" (An-Nahl:125) (Depag, 2007:421).

Pada ayat tersebut mengandung tiga cara pokok yang dapat dijadikan sandaran bagi metode dan teknik dakwah yaitu :

a) Dakwah bil Hikmah

Hikmah adalah dakwah yang dilakukan dengan cara bijaksana, ilmiah, filosofis dan arif. Dakwah bil Hikmah ini merupakan pedoman pokok bagi berbagai jenis metode dan teknik dakwah sesuai dengan perkembangan zaman.

b) Dakwah bil Mau'idlah Hasanah

Dakwah dengan mau'idlah artinya dakwah yang dilakukan dengan cara memberi nasehat ataupun ceramah. Atau dapat diartikan bahwa mau'idlah hasanah ialah dakwah yang dilakukan dengan cara memberi ingatkan, sikap cara penyampaian yang baik agar dapat menjinakkan hati pendengarnya.

c) Dakwah bil Mujadalah

Dakwah mujadalah adalah dakwah yang dilakukan dengan jalan mengadakan tukar pikiran yang sebaik-baiknya, maksudnya melakukan dakwah dengan model dialog, baik dialog dalam arti tanya jawab, maupun dialog dalam rangka keilmuan (Abdullah, 1992)

Metode dakwah dalam al-Qur'an tidak merupakan tuntunan secara terperinci namun secara global. Hal ini memberi peluang bagi seorang juru dakwah untuk menjabarkan secara terperinci metode dakwah tersebut sesuai perkembangan zaman.

Berpijak dari konsepsi dakwah tersebut maka peneliti ingin mengetahui metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur dalam media televisi. Maka penulis akan mengkategorikan beberapa metode dakwah yaitu : metode ceramah, metode tanya jawab, metode debat (mujadalah), metode percakapan antar pribadi dan metode demonstrasi, metode dakwah Rasulullah, metode pendidikan agama, dan metode home visit (Syukir, 1983; 104-160)

a) Metode ceramah

Ceramah adalah suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seseorang da'i atau mubaligh pada suatu aktifitas dakwah.

b) Metode tanya jawab

Tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan sesuatu masalah yang dirasa belum dimengerti dan da'inya sebagai penjawabnya.

c) Metode debat (mujadalah)

Debat sebagai metode dakwah pada dasarnya mencari kemenangan, dalam arti menunjukkan kebenaran dan kehebatan Islam.

d) Metode percakapan antar pribadi (Percakapan bebas)

Percakapan antar pribadi adalah percakapan bebas antara seorang da'i atau mubaligh dengan individu-individu sebagai sasaran dakwahnya.

e) Metode demonstrasi

Artinya suatu metode dakwah, di mana seorang da'i memperlihatkan sesuatu atau mementaskan sesuatu terhadap sasarannya (massa), dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

f) Metode dakwah Rasulullah

Rasulullah adalah seorang da'i internasional pembawa agama Islam dan Tuhan (Allah) untuk seluruh alam. Beliau berdakwah membawa misi agamanya.

g) Metode Pendidikan dan Pengajaran Agama

Pendidikan dan pengajaran dapat pula dijadikan sebagai metode dakwah, sebab dalam definisi dakwah telah disebutkan bahwa dakwah dapat diartikan dengan dua sifat, yaitu bersifat pembina dan pengembang.

h) Metode Home Visit

Metode dakwah dengan mendatangi rumah obyek dakwah atau disebut dengan metode silaturahmi. (Syukir, 1983; 104-160)

Selain metode di atas ada juga metode lain, misalnya yang kita sering sebut *dakwah bil hal, bil af'al* atau *bil 'amal* yaitu dakwah dengan perbuatan nyata.

Dari uraian tersebut di atas ternyata ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam memilih metode yang akan dipergunakan dalam menyajikan dakwah, faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Tujuan yang hendak dicapai

Dalam melaksanakan dakwahnya maka da'i harus mengerti dengan jelas tentang tujuan dakwahnya. Tujuan dakwah itu haruslah di pertimbangkan sebagai salah satu faktor di dalam penentuan dakwah.

Pengertian akan tujuan itulah yang akan menjadi sasaran dan menjadi pengaruh dari pada tindakan-tindakan.

b. Mad'u (obyek dakwah)

Kondisi mad'u atau kondisi masyarakat sebagai obyek dakwah haruslah dipertimbangkan sebagai faktor dalam menentukan metode dakwah yang efektif, karena keadaan masyarakat itu perlu diklasifikasikan menurut tingkat berfikir mereka, lapangan pekerjaan, keadaan ekonomi dan kondisi agama mereka.

c. Media

Faktor yang menentukan pula dalam mempertimbangkan dan menentukan metode adalah media. Yang dimaksud media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan ide dengan umat yang dapat digolongkan menjadi lisan, tulisan, lukisan, audio Visual dan perbuatan atau akhlak

d. Biaya dan fasilitasnya

Biaya dan fasilitas ini sangat luas, meliputi ruangan, lokasi, waktu, kesempatan, peralatan, dana material dan sebagainya, dari uraian ini jelas bahwa kondisi biaya dan fasilitas merupakan faktor penentu bagi pemilihan metode dakwah yang diselenggarakan.

e. Da'inya

Pengetahuan, kemampuan dan kesempatan da'i sangat menentukan sekali dalam penentuan dan memilih metode yang akan digunakan dalam kegiatan dakwahnya.

f. Filsafatnya

Filsafat yang menyangkut pandangan hidup dan menjadi dasar bersikap yang menjadi dasar bersikap dan bertindak dari seseorang dan atau suatu bangsa turut menentukan dalam penentuan dan pemilihan metode-metode dakwah.

g. Kebaikan dan kelemahannya

Setiap metode mempunyai kebaikan dan kelemahan, suatu metode yang efektifpun masih tetap ada kelemahannya. Jadi jelaslah kebaikan metode tertentu dan kelemahannya itu sangat menentukan dalam pemilihan metode dakwah yang dipandang efektif pada kondisitertentu pula (Abdullah,1992: 153-161)

Dari uraian tentang berbagai metode dakwah di atas, jelaslah bahwa suatu metode baru dapat dikatakan metode kalau ia mengandung arti tidak hanya bagaimana cara berdakwah, tetapi juga apa dan bagaimana materi yang disajikan.

2.3. Televisi Sebagai Media Dakwah

Dakwah sebagai kegiatan komunikasi diharapkan mampu berkembang sesuai dengan perubahan zaman dengan perlengkapan teknologi komunikasi. Di sini peran media massa merupakan alat penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat luas (obyek dakwah) dengan media massa pula kegiatan dakwah bisa dikemas lebih efektif dan efisien. Apalagi pada zaman seperti sekarang yang banyak mengandalkan teknologi dalam menyelesaikan

persoalan hidup, oleh karena itu kegiatan dakwah agar dapat diterima, salah satunya dengan menggunakan media sebagai alat penyampaian pesan kepada mad'u secara luas dan singkat.

Dakwah ditinjau dari perpektif sistem, yang mana siatem dakwah menurut Ali Azis (2004; 72) dapat dipandang sebagai makro dan mikro. Makro adalah sistem dakwah yang merupakan substansi sistem sosial kultural. Secara mikro dakwah Islam merupakan sistem yang berdiri sendiri, sehingga analisa terhadapnya berdasarkan analisa factor komponen (unsur) yang membentuk sistem.

Sistem tersebut terdiri dari beberapa komponen, satu dengan yang lain saling berkaitan dan saling membantu dalam mencapai tujuan, maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan dan kedudukan yang sama dibanding dengan unsur yang lain, apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, maka media dakwah menjadi jelas peranannya. Bentuk dari media dakwah antara lain: lembaga-lembaga formal, media massa, sedangkan media massa dibagi menjadi dua, media elektronik dan cetak (Syukir, 1983; 164).

Masuknya berbagai ajaran atau pemahaman yang tidak relevan dengan nilai-nilai agama, ada kecenderungan membuat agama menjadi tidak berdaya dan lebih lagi ketika agama tidak lagi dijadikan sebagai pedoman hidup dalam berbagai bidang. Hal ini mungkin juga menerpa umat Islam bila agama tidak lagi berfungsi secara efektif dalam kehidupan kolektif.

Tak heran bila dalam perkembangannya modernisme memberikan tempat dan penghargaan yang terlalu tinggi terhadap materi. Implikasinya adalah kekuatan iman yang selama ini mereka miliki semakin mengalami degradasi. Puncaknya ialah kenyataan yang melanda sebagian umat Islam sekarang ini semakin terjatuh oleh kehampaan spiritual (Munir, 2006: 4).

Menurut Ali Aziz (2004; 95-96) media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat perantara untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian media dakwah adalah alat obyektif yang menjadi saluran, yang menghubungkan urat nadi dalam totalitas dakwah, yang dapat digolongkan menjadi lisan, lukisan, audiovisual, dan perbuatan atau akhlak.

Dalam era reformasi saat ini keberadaan media massa termasuk televisi menempati posisi yang strategis, keberadaan televisi sangat menyita waktu pemirsa rata-rata masyarakat Indonesia melihat tayangan televisi hampir 5-6 jam setiap harinya, hal ini terkait dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki televisi dibandingkan jenis media lainnya. *Pertama*, pesan televisi disajikan secara audio visual. *Kedua*, dilihat dari sisi aktualitas peristiwa, televisi bisa lebih cepat memberikan informasi paling dini kepada pemirsa. *Ketiga*, dari segi khalayak, televisi dapat menjangkau jutaan pemirsa. *Keempat*, efek kultural, televisi lebih besar daripada efek yang dihasilkan jenis-jenis media lainnya, khususnya bagi pembentukan perilaku prososial dan anti sosial anak-anak (Muhtadi dan Handayani, 2000; 87).

Televisi memiliki keunggulan dalam menciptakan daya tarik, persepsi, perhatian dan imajinasi kepada pemirsa dalam menkonstruksikan realitas

keunggulan ini, sehingga media televisi jauh lebih efektif bila digunakan untuk berdakwah. Selain itu dakwah di televisi memiliki relevansi sosiologis, mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam. Jika dilihat dari tingkat keefektifitasannya, dakwah di televisi punya pangsa pasar yang potensial (Muhtadi dan Handayani, 2000; 88).

Keberadaan televisi di samping membawa dampak positif juga bisa membawa dampak negatif. Menurut Mar'at yang dimaksud dengan dampak positif seperti dikutip oleh Onong Uchana Efendy (1990; 27), pada umumnya televisi mempengaruhi sikap pandangan, persepsi dan perasaan para penonton. Sedangkan dampak negatif yang bisa ditimbulkan dari menonton televisi, biasanya disebabkan adanya kecenderungan keterpengaruhan para penonton oleh penayangan acara televisi, maka secara sadar atau tidak para penonton akan meniru apa yang ia lihat di televisi. Yang menjadi masalah sekarang bagaimana caranya agar peniruan tersebut bersifat positif dan mencegah peniruan yang negatif. Ini terkait dengan amar ma'ruf nahi mungkar sebagai bagian dari dakwah Islam.

Program siaran yang sengaja diciptakan untuk misi dakwah, tentunya membutuhkan kreatifitas yang maksimal, agar pesan dakwah yang disampaikan lewat program siaran televisi dapat dengan mudah diterima oleh pemirsa, oleh karena itu misalkan siaran dakwah hanya bersifat ceramah saja tentu akan terlihat monoton dan membosankan.

Strategi, metode dan media dakwah dengan segala fungsinya mampu memenuhi harapan-harapan dakwah dengan segala kelengkapannya (metode,

strategi dan media), sanggup mengarahkan umat atau audiennya kepada pemahaman Islam, sebagai contoh dakwah menggunakan metode bil Hikmah yang mengandung pengertian yang luas sekali mencakup seribu satu cara yang penerapannya sesuai dengan kondisi yang dihadapi Da'i ataupun lembaga dakwah tinggal menerapkan pada jobnya masing-masing.

2.4.Strategi dan Metode dakwah di Televisi

Media televisi pada hakekatnya merupakan suatu alat komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara cepat, berurutan dan diiringi unur audiovisual. Jadi, televisi yaitu suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh. Televisi merupakan gabungan dari media dengan gambar yang bisa bersifat informatif, hiburan, pendidikan, atau bahkan gabungan dari ketiga unsure tersebut. Televisi menciptakan suasana tertentu, yaitu pemirsanya dapat melihat sambil duduk santai tanpa kesengajaan untuk menyaksikannya (Sutisno, 1993: 3).

Televisi memiliki pesan penting dalam kehidupan masyarakat. Penyampaian pesan yang disiarkan oleh media televisi seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga informasi yang disampaikan akan mudah dimengerti dengan jelas.

Sebagai industri yang dinamis penciptaan jenis program siaran baru harus terus dilakukan, agar program siaran yang ditayangkan bervariasi dan pemirsa tidak jenuh dengan suguhan yang ada di televisi, walaupun ini

program siaran dakwah sekalipun. Dengan begitu pesan-pesan dakwah yang disampaikan media televisi akan dengan mudah masuk di tengah-tengah masyarakat. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh seorang programer dalam menciptakan siaran dakwah, misalkan dengan metode infiltrasi yaitu menyisipkan nilai-nilai dakwah dalam program siaran televisi tanpa harus memproduksi acara dengan format dakwah yang dikenal masyarakat selama ini. Tidak hanya dalam dunia sinetron nilai-nilai dakwah dapat masuk ebagai pesan untuk pemirsa, tapi dalam dunia hiburan (musik) pun dapat di sisipi dengan nilai-nilai dakwah.

Saat ini dakwah bukan lagi merupakan acara yang kaku dan penuh uraian dogmatis kaidah agama, tetapi sudah mengarah keberbagai topik masalah kehidupan sehari-hari sebagai aplikasi dari ajaran agama tanpa menghilangkan unsur hiburan, karena kodrat televisi adalah sebagai media hiburan.

Berikut beberapa format program siaran dakwah yang ada di televisi, saat ini (Muhtadi dan Handayani, 2005: 100-101):

a. Monologis

Monologis adalah pembicaraan tunggal yang tidak memberikan kesempatan kepada orang lain untuk ikut berbicara. Seorang da'i membawakan satu topik dan menguraikannya berdasarkan pandangan agama. Cara ini kalau tidak dibawakan dengan menarik atau seorang da'i tidak menguasai retorika maka akan kurang disukai pemirsa.

Contohnya: Dakwah yang tidak dihadiri oleh mad'u di studio televisi dan tidak adanya program interaktif antara da'i dan mad'u yang di rumah.

b. Dialogis

Dialogis adalah percakapan dua orang atau lebih yang bersifat terbuka dan komunikatif. Bentuk dakwah ini merupakan usaha da'i dalam menyiarkan ajaran Islam kepada khalayak yang melibatkan mad'u secara langsung atau tidak langsung dalam memberikan tanggapan, pertanyaan atau *feed back* kepada da'i. bentuk dakwah dialogis umumnya digemari pemirsa karena ada interaksi antar pengisi acara, sehingga acara terasa hidup.

Contohnya: Dakwah yang di hadiri oleh mad'u baik dakwah itu di studio televisi ataupun di luar studio dan memberikan kesempatan kepada mad'u untu bertanya baik mereka yang ada di tempat acara tersebut berlangsung ataupun mereka yang dirumah yaitu dengan dialog interaktif lewat telepon ataupun faks, seperti Kuliah Subuh yang tayang di TVRI, pengajian-pengajian akbar yang sering tayang di televisi swasta.

c. Film cerita

Dakwah dapat juga dikemas dalam bentuk film cerita dengan berbagai isinya, baik drama, sejarah, maupun sinetron yang sekarang makin populer di dunia pertelevisian di Indonesia.

Contohnya: Sinetron religi seperti si Entong yang tayang di TPI, Munajah Cinta di RCTI, Maha Kasih di RCTI, dan masih banyak lagi.

d. Liputan perjalanan

Liputan perjalanan adalah liputan perjalanan ketempat-tempat yang bernilai sejarah, peninggalan-peninggalan pada jaman kejayaan Islam.

Contohnya: Jejak Rosul yang pernah di tayangkan pada saat bulan Ramadhan di RCTI, Jelajah Islam yang juga tayang pada bulan Ramadhan di TVB.

e. Kuis berhadiah

Format dakwah Islam yang lain adalah diselenggarakannya acara siaran langsung *talk show* pada bulan Ramandhan, dengan menyertakan acara tebakkan berhadiah (kuis). Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada seputar pengetahuan agama Islam.

Contohnya: Kuis Siapa Berani Edisi Ramadhan yang tayang pada bulan Ramadhan di Indosiar.

Dilihat dari volume program dakwah, proporsi acara dakwah di televise jauh lebih kecil di bandingkan acara informasi dan hiburan, termasuk iklan. Dari segi materi dakwah, para produser televise masih lebih mementingkan siapa orangnya bukan apa isinya.

Munculnya acara-acara yang bersifat entertain yang menghiasi layar kaca semakin di minati dan menarik pemirsa untuk senantiasa mengikuti misalnya dengan munculnya Indonesia Idol (RCTI), Kontes Dangdut TPI (KDI), Mamamia (Indosiar), Idola cilik (RCTI), termasuk munculnya pemberitaan yang bersifat kriminal, sadisme, dan gaya hidup metropolitan,

bahkan yang bersifat supranatural seperti munculnya inetron-sinetron horor yang nyaris hampir terkikis oleh peradaban manusia modern srta teknologi informasi yang semakin canggih. Justru fenomena *mistisme* bagai dihidupkan kembali oleh kekuatan media televisi yang hamper mendapatkan “tempat di hati masyarakat”, dengan bukti siaran-siarannya di buat “live”(langsung) dengan iklan yang semakin banyak.

Untuk mengoptimalkan dakwah di televisi, ada dua pendekatan yang bisa diambil:

Pertama, pendekatan praktis dengan cara membangun basis-basis umat lewat pendidikan dan keterampilan professional media seperti menyiapkan penulis naskah untuk kepentingan dakwah, merintis dan mencari produser-produser yang punya komitmen untuk pengembangan dakwah Islam dan membentuk biro-biro dan agen-agen (Muhtadi dan Handayani, 2005: 90). Oleh karena itu seorang produser harus mampu membuat format dakwah yang mampu disajikan lebih menari, lebih menyentuh dan tidak formalistik.

Kedua, bersifat idealistik dengan cara perlu dirintisnya pendirian televisi dakwah, pada pendekatan kedua ini, politik penyiaran haruslah bermotif dakwah. Jadi semua format acara baik informasi, hiburan dan pendidikan punya target membentuk masyarakat bermoral religius. Target keuntungan bisnis bukanlah tujuan utama, tapi pelengkap dan sarana agar misi dakwah tercapai (Muhtadi dan Handayani, 2005: 91). Seprtinya kebutuhan televisi dakwah sudah menjadi keharusan, mengingat tumbuhnya acara-acara televisi yang tidak terkontrol dan sangat jauh dari nilai moral

agama, untuk itu kebutuhan spiritual masyarakat sangat diharapkan mengingat masyarakat kita mayoritas beragama Islam.

Walaupun stasiun televisi di Indonsia belum menggambarkan citra pertelevisian Islam yang memiliki komitmen dan konsep-konsep komunikasi massa Islam akan tetapi televisi-televisi tersebut telah memberikan ruang dan waktu untuk program siaran dakwah dan berusaha menjadi salah satu media dakwah.

DAFTAR PUSTAKA BAB II

- Abdullah, Dzikron, 1992, *Metodologi Dakwah Semarang* : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Agama, Departemen, 2007, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Suci al-Qur'an.
- Asep S. Muhtadi dan Sri Handayani, (ed), 2005, *Dakwah Kontemporer : Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, Bandung: Pusdai Press.
- Azis, M, Ali, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- Bob de Wit dan Ron Mayer, 1998, *Strategy*, London: International Thomson Business Press.
- Malayu, Hasibuan. 2001, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT. Bina Aksara
- Mintzberg, Henry, 2007, *Make Your Boss Look Good*, dalam [http:// :www. the Mckinsey Way](http://www.theMckinseyWay.com), diakses tanggal 24 Juni.
- Muhyidin, Asep, 2002, *Metode Perkembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Munir, M. 2006, *Metode Dakwah*, Jakarta: Pranada Media.
- Onong Uchana Effendy, 1990, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Cipta Aditya Bakti.
- Pimay, Awaludin. 2005. *Paradigma Dakwah Humanis; Strategi dan Metode Dakwah Prof. K.H. Syaifudin Zuhri*. Semarang: Rasail.
- Sutisno, P.C.S, 1993, *Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video*, Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.

BAB III

STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI

3.1. Biografi Ustadz Yusuf Mansur

3.1.1. Latar belakang Keluarga Ustadz Yusuf Mansur

Ustadz Yusuf Mansur lahir dengan nama Jam'an Nur Khotim Mansur pada tanggal 19 Desember 1976 di Jembatan Lima Sawah Liau Jakarta Barat. Jam'an Nur Khotim Mansur atau biasa disapa Yusuf merupakan buah cinta dari perkawinan Abdurahman Mimbar dan Humri'ah. Sejak dalam kandungan, Yusuf sudah ditinggal oleh ayahnya karena perceraian, pada saat itu ibunda Yusuf mengalami depresi yang berat sehingga semenjak Yusuf lahir diasuh oleh keluarganya seperti paman, bibi dan neneknya. Mereka adalah orang-orang yang memiliki latar belakang keluarga pesantren. Yusuf merupakan cicit dari Kyai Haji Muhamad Mansur atau dikenal dengan guru Mansur Jembatan Lima. Salah satu peninggalannya adalah masjid Al Mansur yang sampai sekarang masih ada dan telah berusia tiga ratus tahun, guru Mansur adalah salah satu *founders* Betawi yang berasal dari kerajaan Mataram pada eranya dikenal sebagai pejuang yang gigih (Wawancara dengan ustad Jameel 11-03-2008).

Walaupun hidup dengan bergelimang harta, semua fasilitas untuk hura-hura bahkan foya-foya pun ada, tetapi semua itu tidak membuat Yusuf larut dalam semaraknya pergaulan muda-mudi yang ada pada waktu itu. Yusuf sejak kecil sering diajak oleh paman dan bibinya untuk berdakwah, bahkan kadang Yusuf dijadikan Qori' dan Yusuf juga sering menggantikan posisi paman dan bibinya untuk berdakwah sehingga pada waktu itu Yusuf sudah menjadi da'i cilik (Wawancara dengan ustad Jameel 11-03-2008)

Dalam kehidupannya, Yusuf dianugerahi banyak kelebihan, selain materi yang cukup, kecerdasannya pun diatas rata-rata, sehingga prestasi akademiknya selalu memuaskan keluarganya. Ketika masa remaja, Yusuf hidup layaknya remaja pada umumnya, punya banyak teman, disenangi oleh teman-temannya, bahkan Yusuf menjadi favorit bagi teman-temannya. Intinya masa remaja dihabiskan dengan penuh kesan, bermakna. Yusuf juga memiliki hobi balapan motor.

Yusuf menikah pada usia 23 tahun dengan Siti Maemunah (akrab disapa Maemunah) yang pada waktu itu masih berusia 14 tahun. Pertemuan Yusuf dengan Maemunah terjadi saat Yusuf menghadiri acara kelulusan salah satu SMP di Tangerang. Yusuf

menghadiri acara kelulusan di SMP tersebut karena Yusuf ingin mengetahui tiga orang siswa miskin dan yatim yang telah ia biayai sekolahnya. Dan kebetulan salah satu siswa yang ia biayai adalah Siti Maemunah, singkat cerita Yusuf jatuh cinta padanya dan akhirnya Yusuf memutuskan untuk menikahnya.

Hal yang menarik dari Yusuf ketika ia membiayai tiga orang siswa yang miskin dan yatim tersebut ketika ia pernah menemui kyai-kyai untuk meminta saran dan nasehat bagaimana untuk hidup bahagia dan sejahtera. Kemudian Ia *Riyadhoh* dengan menjalankan puasa, shalat-shalat sunat, sedekah dan lain-lain. Ketika Yusuf mengenal ilmu sedekah, Yusuf yakin apabila seseorang memberi sedekah kepada anak-anak yatim atau orang yang membutuhkan maka Allah pasti akan menolong segala kesulitan hambanya. (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008).

Dari perkawinannya, dikaruniai oleh Allah tiga orang anak, yang *pertama* Wirda Salamah Aulia, *Kedua* Qummi Rahmatul Ulum dan yang *ketiga* Muhammad Kun Syafi'i.

3.1.2. Latar Belakang Pendidikan Ustadz Yusuf Mansur

Sejak usia empat tahun Yusuf telah mendapatkan bimbingan pendidikan karena pada usia tersebut Yusuf sudah masuk Madrasah Diniyah Darul Mansur, yaitu salah satu yayasan sekolah milik kakeknya.

Selepas dari Madrasah Diniyah, Yusuf melanjutkan ke Madrasah Tsanawiah (MTS) Daarul Mansur dan kemudian ke Madrasah Aliyah Negeri (MAN 1) Grogol Jakarta Barat pada tahun 1992, Yusuf menjadi murid teladan dan merupakan lulusan terbaik sekaligus termuda di sekolah itu.

Setelah lulus dari MAN, Yusuf kuliah di IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, disana termasuk siswa termuda karena masih berusia lima belas tahun, Ia mengambil fakultas Syari'ah jurusan pengadilan agama dikarenakan Yusuf mempunyai cita-cita menjadi seorang hakim. Ditengah perjalanan menjadi seorang mahasiswa Yusuf sudah belajar berwirausaha yaitu dengan berbisnis jual-beli komputer, dan akhirnya Ia bisa mendirikan sebuah sekolah berbasis komputer yang bernama (Persada Komputer Center, Servis And Training). Dengan kesibukkan mengurus bisnis komputer inilah Ia lalai dan malas-malasan untuk kuliah, sehingga akhirnya Yusuf harus Droop Out dari IAIN sebelum menyandang gelar sarjana (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008).

Selain pendidikan formal Yusuf juga mendapat pendidikan diluar aktivitasnya sekolah maupun kuliah yaitu Ia juga belajar ilmu-ilmu agama di pondok Daarul Mansur milik kakeknya. Walaupun tidak resmi menjadi santri di pondok Daarul Mansur namun Ia di besarkan dan hidup di lingkungan pondok tersebut. Oleh sebab itulah Ia pandai dalam ilmu agama dan bakat keustadztannya muncul.

Bakat Yusuf menjadi da'i sudah kelihatan sejak kecil karena waktu kecil Yusuf sudah biasa diajak mendampingi berdakwah paman dan bibinya sehingga Yusuf mengerti bagaimana berbicara di depan umum. Terkadang Yusuf disuruh berdakwah menggantikan paman atau bibinya ketika mereka berhalangan hadir di suatu acara, disamping itu pada masa kecilnya Yusuf pernah menjadi Qori' cilik tingkat Nasional (Wawancara dengan ustad Karnali, 11-03-2008).

Maka tidak heran jika sekarang Yusuf menjadi seorang da'i yang sukses karena belajarnya mulai dari kecil, disamping itu Ia juga sukses dalam berbisnis dikarenakan pengalamannya semenjak jadi Mahasiswa di IAIN Syarif Hidayatullah. Pengalaman hidup Yusuf inilah yang perlu kita jadikan sebagai tauladan.

3.1.3. Pengalaman Rohani Ustadz Yusuf Mansur

Ustadz Yusuf Mansur memiliki pengalaman spiritual (rohani) khususnya pada saat Yusuf dipenjara. Yusuf masuk penjara dikarenakan Ia terlilit hutang karena bisnis yang Ia jalankan bangkrut.

Tepatnya dipertengahan kuliah disaat Yusuf mulai menggeluti dunia bisnis dengan mendirikan Sekolah Tinggi Komputer (Persada Komputer Center, Servis And Training). Di tahun 1996 Yusuf sudah menjabat sebagai *General Manager*, masih kuliah namun Yusuf sudah biasa pegang uang jutaan dan naik mobil mewah. Kesibukan Yusuf dengan bisnisnya membuat Ia mulai lalai

dengan sholat, dan jarang silaturahmi dengan orang-orang yang semestinya Ia datangi. Namun tanpa Ia sadari ternyata inilah yang menyebabkan pintu kelam dalam hidup Yusuf (Wawancara dengan ustad Jameel 11-03-2008)

Pada tahun 1998 urusan bisnisnya bermasalah dan mengharuskan Yusuf dipenjara. Yusuf masuk ke penjara karena masalah hutang yang ia tanggung selama bisnis komputernya bangkrut. Selain masalah itu Yusuf terkena kasus sewa-menyewa mobil. Waktu itu Yusuf meminjam mobil temannya kemudian mobil tersebut dipinjam oleh teman Yusuf yang lain. Singkat cerita mobil tersebut dibawa lari temannya tidak kembali, dan akhirnya Yusuf lah yang harus tanggung jawab. Total hutang Yusuf mencapai 1,4 milyar dan waktu itu tidak bisa membayarnya sesuai jatuh tempo yang telah ditetapkan dan akhirnya Yusuf harus mendekam di penjara selama dua bulan.

Selama di penjara Ia mulai mendekatkan diri kepada Allah, dengan cara bangun tiap malam untuk sholat tahajud, sholat dhuha dan membaca al-Qur'an. Ketekunan Yusuf membaca dan menghafal Al-Qur'an sehingga Ia hafal empat juzz. Selain itu Yusuf juga banyak mendapatkan *support* dari keluarganya maupun dari temannya agar senantiasa bersabar dalam menghadapi masalah dan cobaan ini.

Selepas dari penjara, Yusuf meneruskan kembali bisnis komputer, ironisnya ia bangkrut lagi untuk kedua kalinya. Selain bangkrut Yusuf juga harus masuk penjara yang kedua kalinya di Polsek Serang selama dua minggu karena masalah yang sama yaitu terbelit hutang.

Peristiwa dipenjara yang kedua inilah Yusuf mulai sangat sadar betul bahwa apa yang Ia lakukan telah mencoreng namanya, keluarganya bahkan nama besar Pesantren yang ia tempati di Jakarta Barat. Pada penjara kedua ini tidak ada lagi saudara yang bersedia menenggangnya. Dari sini Yusuf mulai sadar akan makna *La khaulah walakuata illa billah* (tidak ada kekuatan selain Allah). Ada pepatah arab yang benar-benar Ia sadari saat itu yaitu “*ketika hartaku sedikit maka tidak ada orang yang menganggapku saudara, tapi ketika hartaku banyak semua menganggapku saudara*” ini benar-benar disadari betul (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008).

Hari-hari Yusuf terasa berat di dalam penjara. Suatu hari Yusuf merasakan lapar yang luar biasa karena seharian Yusuf belum makan. Di dekat tempat duduknya Yusuf melihat sepotong roti, ketika roti akan masuk kemulutnya, Yusuf melihat segerombolan semut yang tengah mencari makan. Entah apa yang dipikirkan Yusuf pada saat itu, yang pasti Yusuf membagi roti itu menjadi dua bagian, sebagian untuk semut-semut itu dan sebagian lagi untuk Ia makan sendiri.

Yusuf memberikan roti tersebut dengan berharap semut-semut itu akan mendoakannya agar Ia segera mendapatkan makanan. Anehnya, Setelah lima menit kemudian Yusuf mendapatkan nasi bungkus dari seseorang yang tidak Ia kenal. Yusuf merenung untuk mengambil pelajaran dari peristiwa tersebut, Ia berkata dalam hati ”rupanya ada sesuatu yang ingin Allah ajarkan kepada saya”. Ia berpikir ”kalau saya berbagi (bersedekah) roti dengan semut saja Allah ganti dengan sebungkus nasi, apalagi saya berbagi dengan manusia ketika keluar dari penjara nanti”, dari peristiwa itu Yusuf meyakini tentang kekuatan dari sedekah. (www. Bintang Indonesia).

Selama di penjara Yusuf sudah mulai menulis, sedikit demi sedikit perjalanan hidupnya. Disaat-saat Ia rindu dengan keluarga dan orang tuanya, tulisan-tulisan itu hanya untuk memotivasi dirinya sendiri, karena dengan menulis itu maka dapat mengobati rasa rindunya (Wawancara dengan ustad Karnali, 11-03-2008).

Ketika Yusuf keluar dari penjara yang ke dua, Ia bahagia sekali karena ada kerabat menjemputnya dari penjara. Lepas dari penjara itu Yusuf mencoba meminta uang pada orangtuanya sebesar dua puluh juta untuk modal usaha, tapi kala itu orangtuanya tidak memberikan uang itu. Oleh kerabatnya, Yusuf diberi uang dua puluh ribu, tiga ribu untuk ongkos, tiga ribu untuk makan, dan sisanya dibuat modal untuk jual es plastik di terminal Kali Deres Jakarta Barat.

Hari pertama, dari 70 kantong plastik es yang Ia siapkan namun hanya bisa terjual lima buah, Yusuf bingung dengan masa depannya. Malam hari Yusuf termenung, bayangannya tertuju pada kisah kecil tentang roti dan sekumpulan semut sewaktu di penjara. Keesokan harinya Yusuf coba sedekahkan esnya lima buah kepada pengemis. Ia tak mengira, kuasa Allah kembali ditunjukkan lewat sedekah itu, tak lama kemudian tak perlu susah payah jualan esnya terjual, ini pelajaran kedua bagi Yusuf. Ia yakin bahwa sedekah itu harus di awal atau didahulukan, tanpa harus nunggu sisa, kalau sedekah dilakukan di depan, sama artinya dengan mengundang kekuasaan Allah untuk turut andil.

Bisnis es Yusuf berkembang, tak lagi berjualan dengan termos, tapi sudah pakai gerobak, Ia juga mulai punya anak buah. Hidup Yusuf mulai berubah kala itu, salah satunya ketika Ia berkenalan dengan seorang polisi yang akhirnya memperkenalkan Yusuf dengan sebuah LSM. Yusuf kerja di LSM tersebut dengan gaji lima puluh ribu sebulan. Di LSM itu Yusuf mulai membuat buku tentang perjalanan hidupnya dengan judul *Wisata Hati Mencari Tuhan Yang Hilang*, buku itu ternyata telah Ia tulis ketika Ia di penjara. Buku ini mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat, dari sini Ia sering diundang untuk acara bedah buku, ternyata cara Yusuf bedah buku banyak disukai orang, dari sini Yusuf mulai sering diundang untuk berceramah.

Di banyak ceramahnya, Ia selalu menekankan makna dibalik sedekah dengan memberikan contoh-contoh kisah di kehidupan nyata. Menurut Yusuf pengalaman hidup yang pahit memiliki dua makna, yaitu ujian dan azab, maka andai sulit diatasi selama bertahun-tahun, jawabannya adalah taubat yang suci dan ikhlas. Tapi jika itu ujian, maka bisa jadi itu “jamu” yang menjadi obat untuk hidup lebih baik (Swadaya: 2006).

3.1.4. Karya-Karya Ustadz Yusuf Mansur

Berawal dari sebuah buku sederhana yang berjudul “Wisatahati: Mencari Tuhan Yang Hilang”, kini tercatat 40 bukunya yang telah terbit dan selalu menjadi best seller. Selain itu juga memproduksi CD/VCD dan kaset pencerahan dan motivasi.

Buku-buku karya Yusuf yang populer antara lain:

- 1) Mencari Tuhan Yang Hilang (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004)
- 2) Kun Fayakuun (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007)
- 3) Cara Gampang Bayar Hutang (Jakarta: MQnet, 2004)
- 4) Temukan Penyebabnya Temukan Jawabannya (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004)
- 5) Ujian Atau Azab (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004)
- 6) Membumikan Rahmat Allah (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007)

Sedangkan yang berbentuk CD diantaranya (Wawancara dengan Hambali, 12-03-2008):

- 1) Kun Faya Kuun

- 2) The Power Of Giving
- 3) Keluarga Sakinah
- 4) Kita Bisa Berubah
- 5) Yakinlah Allah Akan Menolong Kita.

3.1.5. Aktivitas Sosial Keagamaan Ustadz Yusuf Mansur:

1. Penulis
2. Da'i
3. Kyai bagi santri
4. Motivator bagi mereka yang mengalami masalah hidup
5. Kolumnis (Pos kota, Gatra, Tribun dll)
6. Produser
7. CEO Wisata Hati dan PPPA Daarul Qur'an
8. Mengisi Kajian di TV dan Radio
9. Icon Bank Muamalat

3.2. Strategi dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi

3.2.1 Konsep Strategi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur

Dakwah bertujuan mengajak manusia untuk kembali pada jalan Allah. Mengajarkan kebaikan, menuntun pada yang benar, menjadikan manusia senantiasa berserah diri pada kehendak-Nya serta menjauhkan diri dari segala larangan-larangan-Nya agar tercapai kebahagiaan hidup yang sebenar-benarnya. Allah menciptakan manusia dengan diberi satu instrumen yang dapat menghubungkan erat antara hamba dan Khalik,

instrumen itu dapat berfungsi murni jika belum dipengaruhi oleh debu dan kotoran lingkungan materialistis. (Ali Aziz, 2006: 176).

Oleh karena itu dalam prakteknya, aktifitas dakwah sangat diperlukan mengingat semakin banyak orang yang salah jalan bahkan putus asa terhadap segala permasalahan yang dihadapi. Maka strategi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Yusuf Mansur yaitu pentingnya mendirikan lembaga untuk menyapa kesulitan, permasalahan, dan keinginan orang banyak yang belum terjawab, untuk kemudian dicari jawaban dan solusinya. Baik perorangan, maupun lembaga atau perusahaan (www.wisatahati.com).

Menurut ustadz Yusuf Mansur strategi dakwah perorangan yang dulu dijalankan akan menyebabkan kelelahan, kurang efektif karena tidak bisa menjangkau semua lapisan., untuk itu sekarang dakwahnya bersifat kelembagaan atau institusional.

Yusuf Mansur menawarkan dakwahnya melalui sentra kuliah dengan merilis modul-modul kuliah atau modul-modul kajian dan men-TOT (Training on Trainer)-kan pada da'i-da'i muda lainnya. Di setiap sentra ada *asaatidz* (ustadz-ustadz yang dipersiapkan Ustadz Yusuf Mansur) yang sudah dibina untuk menyebarkan materi yang disiapkan, bahkan tidak perlu membayar apapun, kecuali sebagai donasi untuk pesantren ([http:// santri-indigo.org](http://santri-indigo.org)) Lembaga tersebut adalah:

1. Wisatahati

Wisatahati adalah Korporasi yang bergerak di bidang konsultasi bisnis dan training. Visinya adalah menata hati menata kehidupan(menjadikan hidup lebih bermakna sesuai dengan Qur'an dan sunnah) sedangkan misinya adalah dakwah.

Wisatahati lahir dari seorang Yusuf Mansur, sosok muda yang tengah naik daun sebagai Duta Dompot Dhuafa, trainer dan motivator di dunia manajemen pengembangan diri dan pencerahan spiritual. Wisatahati didedikasikan untuk orang-orang yang ingin memperbaiki dan mengubah jalan kehidupannya menuju kehidupan yang menyenangkan yang diridhai Tuhan. Dan Wisatahati juga ditujukan bagi orang-orang yang menghendaki kebahagiaan, ketenangan dan kesejahteraan. Hal ini dapat dilihat pada salah satu produk dari Wisatahati yang berupa buku Wisatahati yang mengandung pencerahan, motivasi, membangun harapan dan optimisme, menumbuhkan semangat dan percaya diri.

Sasaran yang dituju adalah: Korporasi (perusahaan, instansi, dunia pendidikan) dengan advokasi bisnis (tinjauan dan pandangan dari sisi spiritual) dan Tausyiah Korporasi (motivasi dan pencerahan/empowering and enlighting). Lalu manusia dengan Spiritual Gathering (penyebab manusia bersalah), Finansial Healing (problem solving, 1001 cara menyelesaikan masalah dan mencapai keinginan), dan Klinik Konsultasi (*Consulting Spiritual*).

Tujuannya adalah mengajak diri kita dan orang lain untuk mengingat dan melibatkan Allah melalui media Sedekah dan Tahajjud. Sedangkan kegiatan dari Wisatahati adalah: Dakwah (Multi Tahajjud, MLS), Training Centre (Seminar, klinik, Spiritual Gathering, sekolah Trainer), Publishing (Buku, majalah, dan Penerbit Semestapena), WH community (distribusi produk WH berupa buku, CD, dll), WH Media (sponsorship, advertising), Event Organizer, WH Travel, SMS ([www. Wisatahati.com](http://www.Wisatahati.com)).

2. PPPA (Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an)

Pondok Pesantren Daarul Qur'an atau Tahiz Qur'an Wisatahati berawal dari kegiatan salafiyah yang digelar Ustadz Yusuf Mansur empat tahun silam, di kediamannya, Kampung Ketapang (sekitar dua kilo meter dari kampung Bulak Santri). Ketika itu Yusuf menyeleksi anak-anak dan remaja di lingkungan sekitar. Mereka yang dipilih lalu diinapkan dan dibiayai untuk menjadi penghafal Qur'an, sambil tetap bersekolah di sekolah masing-masing, mereka diajari kitab kuning ([www. republika.co.id](http://www.republika.co.id)).

Pondok Pesantren Daarul Qur'an adalah lembaga yang menaruh perhatian besar terhadap pendidikan anak bangsa, Pondok pesantren ini mempunyai tujuan besar yaitu mencetak generasi bangsa yang hafid (hafal Qur'an) dan memahami teknologi. Sulitnya penghafal Qur'an di era ini melatarbelakangi Ustadz

Yusuf Mansur melalui Pondok Pesantren Daarul Qur'an menerima anak-anak yang orangtuanya kurang mampu namun memiliki potensi akademik yang baik dan mempunyai keinginan dan cita-cita yang kuat.

Selain pendidikan Pondok, santri-santri juga dibekali dengan pendidikan formal. Santri-santri yang mengenyam pendidikan di Pondok Pesantren Daarul Qur'an tanpa dipungut biaya sedikitpun karena semua biaya santri dan pembangunan gedung Pondok dari donatur yang bersedekah. Untuk itu Pondok Pesantren Daarul Qur'an disebut sebagai laboratorium sedekah (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008).

Selain mencetak para penghafal Al-Qur'an melalui PPPA, Pondok pesantren Daarul Qur'an mengembangkan program pendidikannya mulai dari tingkat TK/KB (Kelompok Bermain) sampai tingkat SMU. Pada tahun ajaran baru 2007/2008, PPPA membuka sekolah untuk tingkat TK/Play Group dengan nama DAQU KID'S (Darul Qur'an Kids) yang launching pada 16 Juli 2007 di Pondok Daarul Qur'an.

Siswa-siswa maupun santri-santri yang diterima di sini harus memenuhi persyaratan antara lain: berprestasi, lulus audisi dan dari kaum dhuafa. Pada awal Juli 2007 lalu, yang berasal dari berbagai daerah di Jabodetabek, Semarang, Lampung, Surabaya dan Papua. Selama tiga hari, mereka mengikuti audisi para calon

santri diharuskan sudah hafal satu juz Al-Qur'an selain persyaratan akademiknya (PPPA News: 7)

Sedangkan PPPA mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

- a) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas berbasis akhlak dan ibadah
- b) Mendidik generasi masa depan yang berjiwa dan berperilaku Qur'ani
- c) Mendidik manusia pembelajar yang aktif, mandiri, disiplin, dan mampu terus mengembangkan diri ([www. Wisatahati.com](http://www.Wisatahati.com)).

Kemajuan Pondok Pesantren Daarul Qur'an sangat pesat sekali, hal ini dilihat dari makin banyaknya tamu yang datang ke Pondok Pesantren, baik untuk silaturahmi, konsultasi, maupun pencerahan. Tamu-tamu yang datang pun tidak hanya dari Jakarta saja, seperti Jawa, Sumatra, Kalimantan, dan Sulawesi. Mereka ada yang datang dalam sebulan bisa lebih dari seribu orang.

Tempat yang dijadikan sebagai pusat kegiatan Wisatahati itu dilengkapi dengan asrama santri, dapur umum, masjid berdaya tampung lebih dari seribu orang, kolam pemancingan, dan madrasah. Para tamu bisa menginap dan mengikuti program *mabit* dan *qiyamullail* berjamaah. ([www. republika.co.id](http://www.republika.co.id))

Menurut Ustadz Yusuf Mansur strategi ini sangat efektif sebab, mereka bebas menentukan waktu dan tempat menjalankan dan melaksanakan materi yang telah dibuat oleh lembaga tersebut

ataupun *asaatidz-asaatidz*. Juga tak ada konsentrasi massa yang banyak di satu tempat. Sebaliknya massa yang bisa disentuh dakwah lebih banyak dan hasilnya lebih efektif.

Sebagai contoh pada saat Wisatahati menggelar road show '*kun fayakuun*' di seratus kota di Indonesia. Disana akan berjumpa dengan sekitar 19,2 juta orang dari 19 ribu majelis. Jika setiap majelis beranggotakan seratus orang berarti ada 19,2 juta orang. Itu hitungan sederhana yang tak akan tercapai jika Ustadz Yusuf Mansur sendiri yang keliling ([ttp://santri-indigo.org](http://santri-indigo.org)).

Lebih lanjut dalam wawancara dengan wartawan republika 16 Januari 2008. Ustadz Yusuf Mansur menyatakan bahwa pada tahun ini ada 300 sentra dakwah pada awal tahun ada 40 sentra yang tersebar di sekitar Jabodetabek, Jawa Timur, Jawa Tengah, Banjarmasin, Kalimantan serta di Medan. Sentra dakwah juga bisa jadi roda penggerak ekonomi masyarakat sekitar. Bayangkan, bila Yusuf Pengajian disana, banyak orang datang sehingga jamaah bisa buka usaha dengan menjual produk. Sentra juga bisa jadi pusat gerai hingga bisa jadi nilai tambah. Inilah jika kita mengurus jalan Allah, maka akan diberi jalan pula oleh Allah.

Spesifikasi dari strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur adalah strategi halaqoh, tabligh, regenerasi dengan sistem yang lebih bersifat organisasi dakwah, bukan ceramah individual yang kalau didengar, diikuti tidak ada habisnya.

3.2.2. Konsep Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur

Metode dakwah merupakan sub sistem dakwah yang banyak memberikan arti dalam kelangsungan dan keberhasilan dakwah. Upaya dakwah tidak hanya tergantung dari metode yang dipakai, tetapi juga tergantung yang memakainya. Untuk itu da'i harus bisa menerapkan metode yang dipakainya, karena umat yang satu dengan yang lain akan berbeda penerapannya.

Untuk itu Ustadz Yusuf Mansur mempunyai metode khusus dalam menyampaikan dakwahnya antara lain (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008):

1. Berdakwah melalui cerita (kisah nyata yang *up to date*).

Yusuf paham betul betapa dahsyatnya kekuatan sebuah cerita. Karena dengan cerita mad'u lebih mudah paham dari pada dengan ceramah biasa yang monoton. Yusuf sangat jago sekali dalam bercerita dengan didramatisir, diselipi dengan humor sehingga mad'u serasa masuk kedalam cerita tersebut dan juga merasa terhibur. Apalagi sebagian cerita dari Yusuf adalah kisah nyata yang pernah dialaminya dan juga cerita dari beberapa orang yang pernah minta solusinya.

2. Dengan bahasa yang mudah dipahami

Bahasa yang digunakan adalah bahasa pergaulan bahasa santai dan dengan menggunakan ciri khas Betawi.

3. Spesialis masalah dan problematika kehidupan

Karena bangsa ini bangsa yang selalu dirundung masalah, orangnya pun banyak yang bermasalah. Maka pendekatan ini boleh jadi yang membuat orang mendekat, mengajak orang untuk shalat, mengajak orang untuk menjalankan shalat-shalat sunnah, bersedekah. Menurut Yusuf ada dua hal yang membuat manusia jadi bermasalah, karena dia benar-benar lupa dengan Allah dan dia benar-benar jauh dari Allah, pola itu yang akhirnya di kemas dengan tidak terasa diajarkan kepada jamaahnya.

4. Kajiannya Praktis

Ustadz Yusuf Mansur jarang sekali membicarakan halal dan haram, hitam dan putih. Karena boleh jadi orang suntuk dengan dakwah yang membicarakan ini dan itu haram, Yusuf betul-betul kajiannya tidak seperti itu, walaupun pada akhirnya kita melarang hal-hal tersebut, tapi dengan cara pendekatan masalah.

Pendekatan masalah ini dengan kajian majelis konseling, contohnya kenapa manusia bermasalah boleh jadi karena mereka telah melakukan satu diantara dosa-dosa besar, yang kemudian disentuh melalui hatinya pasti terjawab pokok permasalahannya, setelah itu mengaku dihadapan Allah dan taubat, setelah itu, membenahi ibadahnya dengan sedekah, sholat dhuha, shalat tahajud dan *la khaul walakuata illa billah*.

5. Terjemahan ayat dalam al-Qur'an tidak kaku tapi dengan bahasa yang khas

6. Interaktif

Banyak menyapa mad'u, sehingga mad'u merasa diperhatikan.

7. Mengedepankan keikhlasan

Dalam setiap dakwah Ustadz Yusuf Mansur ataupun asaaticidz-asaaticidz jarang sekali yang menerima uang dari panitia walaupun menerima jarang sekali masuk kekantong, uang tersebut hanya lewat saja buat kepentingan pondok baik untuk bayar tanah, makan santri dan lain-lain. Baginya keikhlasan yang utama. Yusuf tak pernah pasang tarif dakwah bahkan kalau bisa Yusuf bersama kru yang datang ke tempat pengajian tersebut dengan membawa uang untuk disedekahkan.

3.2.3 Aplikasi Strategi dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur Di Media Televisi

Aktifitas Ustadz Yusuf Mansur sangat padat bahkan waktu 24 jam serasa tidak cukup. Ustadz satu ini berbeda dengan ustadz-ustadz terkenal lainnya karena Yusuf tidak memiliki asisten, tidak ada manajemen, ajudan dan tidak ada sekretaris dalam urusan tausyiah. Termasuk menjawab telepon masuk ataupun menjawab SMS, dengan begitu maka kegiatan dakwah Yusuf dapat di atur sendiri tanpa terikat oleh apapun, di rumah pun tidak ada karyawan atau pun satpam dan Ia hanya tinggal di rumah yang sederhana. Ini dilakukan karena Ia ingin

tetap menjadi Yusuf Mansur yang dulu. Pahit perjalanan hidup mengantar Yusuf menjadi seperti sekarang ini, tak ingin sholeh sendirian. Lewat Wisatahati, Yusuf mengajak semua umat untuk berbagi (sedekah) dengan mereka yang kesulitan dengan berbagai media dakwah verbal, buku, sinetron, dan film. Ajakannya seolah menjadi sebuah gerakan mulia mencontoh Rasulullah SAW.

Ustadz Yusuf Mansur juga disebut dengan Ustadz digital. Karena selalu menggunakan sarana digital untuk berdakwah contohnya televisi, sebab semua orang bisa lihat, orang non muslim pun bisa lihat, televisi ada dimana-mana, dan sekarang ini sinetron-sinetron sudah jauh dari nilai-nilai agama (Wawancara, dengan ustad Karnali, 11-03-2008).

Ustadz Yusuf Mansur mengawali dakwah lewat televisi dalam bentuk tausyiah kultum yang disiarkan oleh AN TV dan Trans TV selama bulan Ramadhan menjelang buka puasa dan setiap sabtu malam selama bulan Ramadhan. Dari sini Yusuf semakin di kenal oleh masyarakat Indonesia. Kemudian pada awal tahun 2005 Yusuf bersama Sinema Art memproduksi sinetron-sinetron dakwah Maha Kasih (mengajak orang berbuat baik) ada 16 episode dan sinetron ini mendapat rating nomor satu di RCTI (Wawancara dengan ustad Jameel, 11-03-2008)

Sebagai industri yang dinamis penciptaan jenis program siaran baru harus terus dilakukan. Agar program siaran televisi yang

ditayangkan bervariasi dan pemirsa tidak jenuh dengan suguhan yang ada di Televisi, walaupun ini program siaran dakwah sekalipun. Dengan begitu pesan-pesan dakwah yang disampaikan media televisi akan dengan mudah masuk ditengah-tengah masyarakat, banyak hal yang dapat dilakukan oleh seorang programmer dalam menciptakan siaran dakwah, misalkan dengan metode infiltrasi yaitu menyisipkan nilai-nilai dakwah dalam program siaran televisi tanpa harus memproduksi acara dengan format dakwah yang dikenal masyarakat selama ini.

Menurut Yusuf dalam wawancara dengan wartawan Republika pada hari senin, 9 januari 2006. Mengatakan bahwa yang membedakan cerita sinetron yang Ia buat dengan sinetron lain adalah kalau sinetron lain mungkin bertutur supaya orang menghindari perbuatan buruk. Kalau Maha Kasih (sinetron karyanya) lebih mendorong orang melakukan perbuatan baik, dan kebetulan sinetron ini oleh SinemaArt diusung istimewa. Yusuf sebagai produsernya dan Ia juga sebagai pemain, penulis skenarionya oleh Imam Tantowi seorang penulis skenario senior di Indonesia dan para pemain-pemainnya pun pemain kelas atas seperti Mat Solar, Marshanda, Tora Sudiro, Desy Ratnasari, Didi Petet, Krisna Mukti dan lain-lain.

Ide-ide cerita dalam sinetron Maha Kasih di peroleh Yusuf ketika keluar dari penjara yang kedua kalinya pada tahun 1999, kemudian Yusuf berinteraksi dengan sedekah. Yusuf membuka klinik

konseling dan spiritual dari satu daerah ke daerah lain selama lima tahun. Yusuf dan teman-temannya di pondok pesantren dan majelis bergerak melayani masyarakat, membantu keinginan mereka dengan jalan sedekah. Oleh karena itu Yusuf dan teman-teman menjadi kaya dengan testimoni sedekah.

Sebagai contoh saja tentang seorang perempuan berusia 37 tahun yang tidak kunjung dapat jodoh. Setelah balik dari berkonsultasi dia langsung mampir masjid terdekat dan menanyakan apa yang bisa disumbangkan. Kebetulan masjid tersebut butuh donatur untuk lantai yang sedang di lelang. Permeternya 150 ribu, si perempuan yang belum punya jodoh tersebut bersedekah 600 ribu atau empat meter lantai. Subhanallah, dalam seminggu setelah itu ada empat orang yang melamarnya.

Kisah-kisah seperti inilah yang bisa menjadi baik kalau disampaikan pada orang lain supaya orang lain tergerak, jadi Yusuf dan teman-temannya memberikan contoh, kalau dalam ucapan saja menggetarkan apalagi dalam visualisasi.

Semua kisah testimonial dalam sinetron Maha Kasih adalah kisah nyata, hanya saja ada etika tidak bisa memberi tahu kisah siapa saja yang diangkat dalam sinetron, proses pembuatanya 50 persen ketika sudah naik ke sinetron idenya nyata Yusuf, 50 persen lagi bumbu dari sinetron agar unsur sinetron tetap ada.

Sinetron Maha Kasih mendapat tanggapan yang sangat baik dari masyarakat sebagai buktinya sinetron ini mendapat ranting pertama di salah satu televisi swasta yaitu RCTI, tanggapan masyarakat sangat mengharukan buat Yusuf. Ada yang nonton kemudian paginya daftar haji, ada yang akhirnya sadar sudah lama tidak bersedekah dan akhirnya bersedekah karena takut keburu mati, dan lain-lain. Efek seperti inilah yang Yusuf inginkan supaya terjadi gelombang kebaikan di tanah air sehingga negeri ini menjadi baik .

Menurut Yusuf inilah pentingnya berbuat baik supaya kita sendiri jadi bahagia. Kebahagiaan itu bukan pada menerima tapi pada yang memberi. Ini juga termasuk sedekah, sedekah ide cerita sedekah pikiran, sedekah tenaga. Ketika mendapat respon dari masyarakat, Ia tidak berpikir ingin mendapatkan popularitas. Ia berpikir bahwa Ia sudah masuk di mata rantai kebaikan. Jadi, seperti contoh ketika ada orang bilang “ustadz saya daftar haji besok” setelah nonton sinetron Maha Kasih maka Ia merasa itu adalah ibadahnya dan teman-teman lain juga yang ikut mengusung sinetron tersebut.

Allah mengatakan dalam surat An-Nisa ayat 85 bahwa perbuatan baik itu bukan pada yang kita lakukan saja tapi yang orang lakukan gara-gara kita mendorong perbuatan baik itu menjadi ada. Jadi rasanya bahagia betul ketika ini menjadi kerja tim yang betul-betul mengagumkan, kisah-kisahanya sangat mengharukan dan membuat orang menjadi termotivasi (www.republika.co.id).

BAB IV

ANALISIS STRATEGI DAN METODE DAKWAH USTADZ YUSUF MANSUR DI MEDIA TELEVISI

4.1. Analisis Strategi Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi

Dalam analisis strategi dakwah ustadz Yusuf Mansur ini peneliti menggunakan teori Bob de Wit dan Ron Meyer (1998: 5) yaitu strategi terbentuk oleh tiga dimensi yaitu proses, isi dan konteks. *Proses* strategi berkaitan dengan bagaimana strategi, siapa dan kapan strategi seharusnya dibuat, dianalisis, dibayangkan, dan diimplementasikan. *Isi* strategi berkenaan dengan apa yang disebut strategi dan apa yang seharusnya menjadi strategi bagi setiap unit penyusunannya, sedangkan *konteks* strategi berkenaan dengan di lingkungan mana proses strategi dan isi strategi tertanam.

4.1.1 Proses Strategi

Proses strategi yang dimaksudkan adalah untuk mengetahui kapan dan bagaimana strategi dakwah ustadz Yusuf Mansur dimulai dan diimplementasikan. Proses menghantarkan dakwah ustadz Yusuf Mansur dimulai ketika Ia berkenalan dengan salah seorang polisi ketika Yusuf menekuni bisnis Es bungkus. Perkenalan dengan polisi inilah yang akhirnya memperkenalkan Yusuf dengan sebuah LSM (Lembaga Sosial Masyarakat) di Jakarta. Melalui LSM itulah Yusuf membuat buku pertama tentang perjalanan hidupnya dengan judul *Wisatahati*

(*Mencari Tuhan Yang Hilang*), yang mengulas banyak tentang sedekah, dan buku tersebut telah Ia tulis ketika di penjara.

Buku ini mendapat sambutan yang luar biasa dari masyarakat, karena kisah hidupnya yang telah dilaluinya. Aktifnya Yusuf bergabung di LSM itu banyak lembaga sosial maupun keagamaan mengundang Yusuf untuk acara bedah buku. Ternyata cara penyampaian dakwah melalui bedah buku tersebut banyak disukai orang, dan dari sini Yusuf mulai sering diundang untuk berceramah. Di banyak ceramahnya, Ia selalu menekankan makna dibalik sedekah dengan memberikan contoh-contoh kisah di kehidupan nyata (Swadaya: 2006).

Dari proses itulah penulis menyimpulkan bahwa strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur adalah dengan cara dakwah melembaga, bisa berupa lembaga, sosial, masyarakat maupun keagamaan, agar para da'i bisa menjangkau segala lapisan masyarakat dalam dakwahnya dibandingkan dengan dakwah dengan cara individual.

Yusuf menerapkan dakwah dengan cara melembaga dimulai ketika saat itu Yusuf Mansur melalui sentra kuliah dengan merilis modul-modul kuliah atau modul-modul kajian dan men-TOT (Training on Trainer)-kan pada da'i-da'i muda lainnya. Di setiap sentra ada *asaatidz* (ustadz-ustadz yang dipersiapkan Ustadz Yusuf Mansur) yang sudah dibina untuk menyebarkan materi yang disiapkan, bahkan tidak

perlu membayar apapun, kecuali sebagai donasi untuk pesantren (<http://santri-indigo.org>).

Dalam mengembangkan dakwahnya, Yusuf membuat beberapa lembaga dakwah yaitu: Wisatahati dan pondok pesantren Daarul Qur'an PPPA (Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an).

Wisatahati yang didirikan oleh Ustadz Yusuf Mansur bertujuan agar dakwah lebih cepat berkembang dan dapat dinikmati oleh banyak orang. Lembaga dakwah ini bergerak di bidang konsultasi bisnis dan training. Visinya adalah menata hati menata kehidupan (menjadikan hidup lebih bermakna sesuai dengan Qur'an dan sunnah) sedangkan misinya adalah dakwah.

Wisatahati ditujukan untuk orang-orang yang ingin memperbaiki dan mengubah jalan kehidupannya menuju kehidupan yang menyenangkan yang diridhai Allah. Disamping itu juga ditujukan bagi orang-orang yang menghendaki kebahagiaan, ketenangan dan kesejahteraan dunia dan akhirat.

Lembaga ini ingin mengajak diri kita dan orang lain untuk mengingat dan melibatkan Allah melalui media Sedekah dan Tahajjud. Kegiatan Wisatahati diantaranya: Dakwah (Multi Tahajjud, Multi Level Sedekah), Training Centre (Seminar, klinik, Spiritual Gathering, sekolah Trainer), Publishing (Buku, majalah, dan Penerbit Semestapena), WH community (distribusi produk WH berupa buku,

CD, dll), WH Media (sponsorship, advertising), Event Organizer, WH Travel, SMS.

Kemudian Pondok Pesantren Daarul Qur'an atau PPPA (Program Pembibitan Penghafal Al-Qur'an) didirikan berselang 4 tahun dari didirikannya Wisatahati. PPPA ini berawal dari kegiatan salafiyah di rumah ustadz Yusuf Mansur di Kampung Ketapang. Ketika itu Yusuf menyeleksi anak-anak dan remaja di lingkungan sekitar. Mereka yang dipilih lalu diinapkan dan dibiayai untuk menjadi penghafal Qur'an, sambil tetap bersekolah di sekolah masing-masing, mereka diajari kitab kuning.

PPPA menaruh perhatian besar terhadap pendidikan anak bangsa, Pondok pesantren ini mempunyai tujuan besar yaitu mencetak generasi bangsa yang hafid (hafal Qur'an) dan memahami teknologi. Sulitnya penghafal Qur'an di era ini melatarbelakangi Ustadz Yusuf Mansur melalui Pondok Pesantren Daarul Qur'an menerima anak-anak yang orang tuanya kurang mampu namun memiliki potensi akademik yang baik dan mempunyai keinginan dan cita-cita yang kuat.

Visi dan misi adalah menyelenggarakan pendidikan berkualitas berbasis akhlak dan ibadah. Mendidik generasi masa depan yang berjiwa dan berperilaku Qur'ani. Serta Mendidik manusia pembelajar yang aktif, mandiri, disiplin, dan mampu terus mengembangkan diri.

Menurut peneliti strategi ini sangat efektif sebab, mereka bebas menentukan waktu dan tempat menjalankan dan melaksanakan materi

yang telah dibuat oleh lembaga yang bersangkutan. Disamping konsentrasi massa yang banyak di satu tempat. Sebaliknya massa yang bisa disentuh dakwah lebih banyak dan hasilnya lebih efektif.

Dari proses strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur penulis analisis beberapa kelebihan dan kekurangan dari strategi dakwah dengan cara melembaga. Kelebihan dari strategi dakwah melembaga diantaranya, dapat menjangkau semua lapisan masyarakat, mudah untuk diakses baik lewat media cetak maupun elektronik, pesan yang disampaikan bervariasi sehingga tidak membosankan dan ada regenerasi da'i. Kemudian strategi ini menggunakan perencanaan yang matang dengan memperhatikan POAC (Planning Organizing Actuating dan Controlling) sehingga proses dakwah betul-betul diperhitungkan matang-matang. Kemudian dalam proses kelembagaannya juga didukung oleh beberapa media, baik media cetak maupun elektronik sehingga pesan dakwah dapat dinikmati oleh banyak orang.

Sedangkan kekurangan dakwah melembaga diantaranya, Hanya sebagian masyarakat yang dapat mengakses dakwah baik melalui media cetak maupun elektronik, karena kemungkinan faktor ekonomi, pendidikan dan wilayah atau letak geografis yang belum terjamah kemajuan teknologi.

4.1.2 Isi Strategi

Isi strategi berkenaan dengan apa yang disebut strategi dan apa yang seharusnya menjadi strategi bagi setiap unit penyusunannya.

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis apakah strategi dakwah melembaga (Wisatahati) Ustadz Yusuf Mansur sudah sesuai dengan kebutuhan mad'u atau belum.

Dalam isi strategi dakwah melembaga mad'u sudah bisa tercukupi kebutuhan akan ilmu pengetahuan dari adanya lembaga ini. Hal ini terlihat banyak sekali masyarakat yang sudah banyak mendengar dan melihat ceramah atau tausiyah dari ustadz Yusuf Mansur, baik melalui media cetak (buku, tabloid dan koran) maupun elektronik (televisi, radio, internet dan HP). Selain itu banyak juga mad'u yang belajar melalui workshop atau seminar yang diselenggarakan di berbagai kota.

Dalam kiprah dakwah ustadz Yusuf Mansur sudah banyak di nikmati orang, salah satu contohnya melalui tour Wisatahati ke beberapa kota dalam rangka misi dakwah dan juga dalam rangka memperkenalkan Wisatahati kepada masyarakat tentang visi dan misinya. Hal ini merupakan salah satu strategi agar Wisatahati mudah dikenal orang, sehingga banyak masyarakat yang menikmatinya.

Sebagai contoh pada saat Wisatahati menggelar road show '*kun fayakuun*' di seratus kota di Indonesia. Disana akan berjumpa dengan sekitar 19,2 juta orang dari 19 ribu majelis. Jika setiap majelis beranggotakan seratus orang berarti ada 19,2 juta orang. Itu hitungan sederhana yang tak akan tercapai jika Ustadz Yusuf Mansur sendiri yang keliling ([ttp://santri-indigo.org](http://santri-indigo.org)).

Kemudian dalam wawancara dengan wartawan republika 16 Januari 2008. Ustadz Yusuf Mansur menyatakan bahwa pada tahun ini ada 300 sentra dakwah pada awal tahun ada 40 sentra yang tersebar di sekitar Jabodetabek, Jawa Timur, Jawa Tengah, Banjarmasin, Kalimantan serta di Medan. Sentra dakwah juga bisa jadi roda penggerak ekonomi masyarakat sekitar. Bayangkan, bila Yusuf Pengajian disana, banyak orang datang sehingga jamaah bisa buka usaha dengan menjual produk. Sentra juga bisa jadi pusat gerai hingga bisa jadi nilai tambah. Inilah jika kita mengurus jalan Allah, maka akan diberi jalan pula oleh Allah.

Wisatahati ini juga mencari orang-orang yang ingin belajar tentang ilmu agama Islam untuk gabung ke lembaga ini. Tujuannya adalah pengkaderan untuk dijadikan da'i-da'i baru yang kelak akan diterjunkan kemasyarakat untuk misi dakwah. Kenapa hal ini dilakukan karena ada pepatah mengatakan organisasi ibarat "api unggun" (api tidak mungkin menyala terus kalau tidak ada kayu bakar-kayu bakar baru) begitu juga dengan organisasi. Organisasi itu dapat bertahan dan maju ketika ada kader-kader baru yang akan meneruskan.

4.1.3 Konteks Strategi

Konteks strategi berkenaan dengan di lingkungan mana proses strategi dan isi strategi tertanam. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis tentang faktor-faktor apa yang mempengaruhi

keberhasilan dakwah ustadz Yusuf Mansur meliputi materi dakwah yang disampaikan dan sasaran mad'u nya.

Menurut peneliti dalam strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur ini materi yang disampaikan sebagian besar diambil dari kejadian atau masalah-masalah yang *up to date* (terbaru) bisa permasalahan agama, politik, ekonomi maupun sosial. Kemudian masalah-masalah tadi dikupas tuntas melalui proses perencanaan yang matang dan kemasan yang menarik. Alasan inilah yang mendukung keberhasilan dakwah Ustadz Yusuf Mansur sehingga setiap kali materi ini disampaikan baik melalui ceramah atau tulisan, benar-benar bisa menginspirasi para mad'u atau pembaca.

Kemudian analisis peneliti mengenai sasaran mad'u dari materi yang disampaikan oleh Ustadz Yusuf Mansur lebih ditujukan kepada masyarakat yang berpendidikan dan kebanyakan kalangan menengah ke-atas. Hal ini terlihat ketika dilihat dari ceramah atau tulisan-tulisan yang dibuatnya lebih banyak mengajak orang untuk berfikir lebih dalam, bisa berupa saran, ide maupun muhasabah.

Kemudian demi keberhasilan dakwahnya Ustadz Yusuf Mansur menggunakan bantuan media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Salah satu media yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur dalam aplikasi dari *proses, isi dan konteks strategi* dakwah yaitu dengan media televisi. Sebab televisi sekali siaran dapat dilihat jutaan orang tidak hanya orang muslim tetapi non muslim pun dapat melihat.

Dakwah ustadz Yusuf Mansur di televisi berbentuk ceramah dan sinetron, salah satunya Ia mengeluarkan sinetron religi Maha Kasih yang diproduksi oleh Sinema Art dan dibintangi oleh artis-artis papan atas. Sinetron ini ditayangkan di RCTI pada tahun 2005 ada 16 episode dan sinetron tersebut mendapat rating pertama di RCTI, menurut penulis ini membuktikan bahwa dakwah ustadz Yusuf Mansur lewat televisi efektif dan dapat diterima masyarakat.

Manfaat yang bisa dirasakan ketika media televisi ini khususnya sinetron adalah selain mad'u atau pemirsa televisi mendapatkan pesan-pesan dakwah, mad'u juga mendapatkan hiburan yang membuat keceriaan dan keterharuan dari cerita yang ditayangkan. Dengan sarana media elektronik inilah yang sangat berpengaruh bagi keberhasilan dakwah Ustadz Yusuf Mansur.

4.2. Analisis Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Televisi

Sebuah materi dakwah yang akan disampaikan kepada objek dakwah membutuhkan metode yang tepat dalam menyampaikannya. Itulah sebabnya Ustadz Yusuf Mansur menyadari bahwa metode dakwah berupaya untuk mengatasi, sekurang-kurangnya dapat memecahkan problematika masyarakat dengan memberikan jalan keluar yang terbaik.

Metode dakwah Ustadz Yusuf Mansur merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas dakwahnya. Keberhasilan aktivitas dakwah Ustadz Yusuf Mansur, salah satunya ditentukan oleh ketepatan dalam aspek

yang satu ini. Sebaliknya, kegagalan aktivitas dakwah bisa jadi disebabkan oleh kegagalan dalam menerapkan metode yang tepat dalam berdakwah.

Dalam menyerukan dan menyampaikan suatu materi dakwah kepada masyarakat, Ustadz Yusuf Mansur sebagai seorang juru dakwah tentu akan berhadapan dengan bermacam-macam corak manusia. Ia juga berhadapan dengan faham, aliran dan pandangan hidup tradisional yang berurat akar hidup di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Masyarakat tradisional umumnya bersifat apriori dan menolak begitu saja terhadap segala hal yang baru. Mereka dengan gigih mempertahankan tradisi atas dasar gengsi dan khawatir kalau nilai-nilai baru yang disampaikan juru dakwah ini akan merugikan mereka.

Berangkat dari keragaman masyarakat ini, maka masing-masing jenis kelompok masyarakat ini dihadapi Ustadz Yusuf Mansur dengan cara berbeda, sepadan dengan tingkat kecerdasan, alam pikiran, serta tabiat masing-masing. Dengan kata lain, dalam menyampaikan materi dakwah, Ia sebagai juru dakwah akan berhadapan dengan persoalan metode dakwah. Atas dasar itu Ustadz Yusuf Mansur memiliki ciri khas tersendiri sebagai berikut:

1. Bertutur lewat kisah-kisah testimonial dan up to date

Dakwah dengan cerita atau menyajikan kisah-kisah ini selalu disampaikan oleh ustadz Yusuf Mansur baik dalam bentuk ceramah, ataupun dalam buku-buku karyanya.

Metode ceramah dengan mengangkat kisah-kisah nyata yang menjadi salah satu ciri khas ustadz Yusuf Mansur, menurut Asmuni Syukir (1983: 104) ceramah adalah metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara oleh seseorang da'i atau mubaligh pada suatu aktifitas dakwah.

2. Dengan bahasa yang mudah difahami

Dalam setiap ceramah ustadz Yusuf Mansur memanfaatkan intonasi dan dinamika suara yang khas dan mudah difahami sehingga dakwahnya menarik untuk didengar. Penyampaian yang tegas, suara yang lembut, bening dan menggunakan logat Betawi menjadi ciri khas dakwah ustadz Yusuf Mansur.

Perhatian audien tak akan selalu timbul jika suara ataupun gaya intonasi da'i selalu menunjukkan garis lurus. Oleh karena itu variasi intonasi atau suara sangat diperlukan. Artinya suara penceramah sangat dibutuhkan menggunakan pola bicara yang berganti-ganti. Sebab dengan suara yang bervariasi yang berganti-ganti akan menanamkan rasa senang orang lain untuk mendengarkan (menarik perhatian).

3. Spesialis masalah dan problematika kehidupan

Ustadz Yusuf Mansur dalam melaksanakan dakwahnya dengan mengajak mad'u bertukar pikiran, mencari titik permasalahan mad'u baik dengan tatap muka, majelis konseling, e-mail ataupun lewat SMS. Setelah itu ustadz Yusuf Mansur mengajak mad'u untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah dengan mendirikan shalat wajib, mengajak mad'u

melaksanakan shalat sunnah, bersedekah, pendekatan seperti ini yang membuat orang-orang semakin mendekat dengan ustadz Yusuf Mansur.

4. Kajiannya bersifat praktis: sedekah, dhuha, tahajjud, *laa hawla* dan lain-lain.

Dalam hubungannya dengan materi dakwah, ustadz Yusuf Mansur dalam dakwahnya lebih banyak bertema seputar sedekah, shalat dhuha, shalat tahajjud dan *laa hawla wala kuwata illa billah* (tidak ada kekuatan selain milik Allah). Ia jarang sekali membicarakan halal dan haram, hitam dan putih. Boleh jadi orang suntuk dengan dakwah yang membicarakan hal-hal tersebut, walaupun pada akhirnya ia melarang hal-hal tersebut tetapi ia mempunyai cara yang berbeda yaitu dengan pendekatan permasalahan, seperti mengajak orang menjauhi syirik, durhaka kepada orang tua, tidak mendekati zina, haram memakan harta anak yatim itu dengan majelis konseling.

5. Terjemahan ayat tidak terkesan kaku dengan gaya dan bahasa terjemahan yang khas

Ustadz Yusuf Mansur dalam menerjemahkan ayat-ayat yang ia utarakan tidak kaku seperti dalam buku-buku atau tidak sama persis dalam al-Qur'an. Ia menyampaikan dengan gaya bahasa yang ringan yang mudah dipahami mad'u tanpa merubah sedikitpun makna dari kandungan ayat tersebut.

6. Interaktif

Di dalam setiap dakwahnya, Ustadz Yusuf Mansur selalu menyapa dan berdialog dengan *audience*. Ia menyapa jemaah dengan santun. Metode yang ia gunakan adalah diskusi dan tanya jawab.

Menurut Asmuni Syukir (1983: 123) metode tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan sesuatu masalah yang dirasa belum dimengerti dan da'i sebagai penjawabnya. Metode ini dimaksudkan untuk melayani masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Sebab dengan bertanya berarti orang ingin mengerti dan dapat mengamalkannya. Oleh karena itu jawaban pertanyaan sangat diperlukan kejelasan dan pembahasan yang sedalam-dalamnya lagi pula jawaban selalu sesuai dengan maksud pertanyaannya. Harapan semacam ini tak mungkin dicapai tanpa adanya usaha da'i untuk melatih dirinya memahami maksud pertanyaan orang lain, memiliki ketrampilan bertanya dan sebagainya.

Metode tanya jawab yang digunakan Ustadz Yusuf Mansur, bukan saja cocok pada ruang tanya jawab, baik di radio, televisi, maupun media surat kabar dan majalah, akan tetapi cocok pula untuk mengimbangi dan memberi selingan ceramah. Ini sangat berguna untuk mengurangi kesalah-fahaman para pendengar, menjelaskan perbedaan pendapat, menerangkan hal-hal yang belum dimengerti dan sebagainya. Kesemuanya itu secara garis besar dapat dikatakan dengan umpan balik antara para audien dan penceramahnya.

Oleh karena itu seorang da'i dianjurkan untuk memiliki bekal dakwahnya mengenai teknik-teknik bertanya jawab, agar metode yang dipergunakan dapat berhasil dengan efektif dan efisien.

Melihat paparan diatas maka diambil kesimpulan bahwa dakwah ustadz Yusuf Mansur dapat dikatakan juga sebagai metode dakwah bil Mau'idlah hasanah, yang menurut Dzikron Abdullah dalam buku metodologi dakwah (1992: 27) Mau'dlah hasanah adalah dakwah yang dilakukan dengan cara memberi nasehat kepada orang lain dengan materi, sikap penyampaian materi dengan baik agar dapat menjinakkan pendengarnya.

7. Mengedepankan keikhlasan

Pada hakikatnya dakwah adalah menyeru kepada umat manusia untuk menuju kepada jalan kebaikan, memerintahkan yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar dalam rangka memperoleh kebahagiaan di dunia dan kesejahteraan di akhirat. Untuk itu dalam melaksanakan dakwah harus berdasarkan atas keikhlasan dari setiap da'i tanpa harus mengharapkan imbalan kecuali pahala dari Allah.

Seperti halnya ustadz Yusuf Mansur di dalam melaksanakan kewajibannya sebagai seorang da'i tidak pernah memasang target begitu pula dengan assatidz-assatidznya, biasanya uang yang dikasih panitia jarang yang masuk ke kantongnya, uang tersebut mereka masukkan ke laboratorium sedekah untuk memenuhi kebutuhan santri. Mereka ikhlas

membantu siapa saja yang membutuhkan, mereka memegang prinsip bahwa keikhlasan itu yang utama dalam mengemban dakwah.

Menurut analisa penulis, ustadz Yusuf Mansur dalam menggunakan metode ini bertujuan untuk mengajak orang menjadi lebih baik. Karena pada dasarnya metode dakwah bertujuan agar para da'i dalam memilih dan menggunakan metode dakwah tidak mudah terpancang (fanatik) terhadap satu atau dua metode yang disukai, yang terpenting adalah menggunakan metode dakwah yang efektif dan efisien. Menurut Asmuni Syukir (1983: 104-160) metode dakwah itu ada delapan antara lain: ceramah, tanya jawab, debat (mujadalah), percakapan pribadi, demonstrasi, metode dakwah Rasulullah, pendidikan agama, dan silaturahmi. Dari ketujuh metode dakwah ustadz Yusuf Mansur tersebut maka dapat diklasifikasikan menjadi metode ceramah, tanya jawab dan debat (mujadalah).

Sedangkan aplikasi metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur di media televisi adalah dengan ceramah dan sinetron. Menurut Muhtadi dan Handayani (2005:100-101) dalam bukunya *Dakwah kontemporer : Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, bahwa format siaran dakwah di televisi adalah monologis, dialogis, Film cerita, liputan perjalanan, dan kuis berhadiah. Ustadz Yusuf Mansur membuat sinetron *Maha Kasih* dengan menceritakan kisah-kisah nyata yang sederhana dan dengan bahasa ringan dan di mainkan oleh artis-artis papan atas, sehingga selain menghibur, pemirsa juga dapat mengambil hikmahnya. Setiap

episode tema dari sinetron tersebut selalu berbeda dan pemainnya pun berbeda-beda, ini bertujuan agar pemirsa tidak jenuh dan sinetron itu tidak terkesan monoton. Sinetron Maha Kasih ditayangkan di RCTI pada tahun 2005 dan mendapat rating pertama.

Menurut Muhtadi dan Handayani (2005:100-101) dalam bukunya *Dakwah kontemporer : Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, bahwa format siaran dakwah di televisi adalah monologis, dialogis, Film cerita, liputan perjalanan, dan kuis berhadiah.

Menurut analisis penulis metode dakwah yang digunakan ustadz Yusuf Mansur di media televisi menggunakan program siaran dakwah monologis, dialogis, dan film cerita. *Monologis*, yang mana dakwah ustadz Yusuf Mansur hanya menyampaikan ceramah saja, contohnya pada saat berceramah kultum yang di siarkan stasiun TV, Tran TV dan AN TV pada bulan Ramadhan menjelang buka puasa. *Dialogis* adalah percakapan dua orang atau lebih yang bersifat terbuka dan komunikatif, baik di hadiri oleh audien ataupun interaktif melalui telepon seluler. Dakwah ustadz Yusuf Mansur dengan format ini ketika Ia mengisi sebuah stasiun TV, Trans TV pada bulan Ramadhan setiap sabtu malam. Film cerita, ustadz Yusuf Mansur mengeluarkan sinetron Maha Kasih.

Karena ustadz Yusuf Mansur itu sangat identik dengan sedekah, maka materi dakwahnya secara garis besar adalah sedekah dan problematika masalah kehidupan. Tausiyah-tausiyah yang ia sampaikan juga merupakan materi yang ia pakai dalam berdakwah. Tausiyah itu

bertujuan menyadarkan orang untuk menjadi lebih baik, dan mengajak kita untuk selalu optimis dalam menjalani hidup selama kita melibatkan Allah. Sedangkan mad'unya ustadz Yusuf Mansur sangat beragam sekali, dari jajaran birokrat, cendekiawan, pejabat, ulama, pengusaha, pedagang, pelajar, pengangguran semua ada dalam jama'ah ustadz Yusuf Mansur. Kesimpulannya bahwa metode ustadz Yusuf Mansur tersebut sangat fleksibel dan dapat diterapkan pada beberapa metode baik tulis ataupun elektronik dan dari tujuan dakwah, ustadz Yusuf Mansur itu mempunyai substansi yang sama dengan tujuan dakwah.

4.3. Analisis Strategi dan Metode Dakwah Ustadz Yusuf Mansur di Media Televisi

Televisi merupakan media elektronik yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat maupun dalam proses dakwah. Penyampaian pesan yang disiarkan oleh media televisi seolah-olah langsung antara komunikator dan komunikan, sehingga informasi yang disampaikan akan mudah dimengerti dengan jelas. Saat ini dakwah di televisi bukan lagi merupakan acara yang kaku dan penuh uraian dogmatis kaidah agama, tetapi sudah mengarah ke berbagai topik masalah kehidupan sehari-hari sebagai aplikasi dari ajaran agama tanpa menghilangkan unsur hiburan, karena kodrat televisi adalah sebagai media hiburan. Oleh sebab itu metode dan strategi dakwah cocok bila menggunakan di media televisi, karena selain hiburan pesan-pesan dakwah dapat masuk didalamnya.

Strategi dan metode adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan antara yang satu dengan lainnya, begitu juga dalam berdakwah. Strategi dakwah Ustadz Yusuf Mansur dengan cara mendirikan lembaga-lembaga dakwah untuk memudahkan proses penyebaran dakwah Islam. Sedangkan metode dakwahnya yang digunakan dengan metode ceramah dengan model cerita.

Dari strategi dan metode dakwah Yusuf Mansur yang telah diteliti, penulis menganalisis bahwa adanya penggabungan antara strategi dan metode dakwah. Yaitu memanfaatkan kemampuan ceramahnya dengan membuat sebuah lembaga untuk memperluas jangkauan dakwahnya.

Agar proses dakwah ini lebih bisa dinikmati oleh banyak orang, Yusuf Mansur menggunakan salah satu media yaitu melalui televisi. Hal ini terlihat ketika Ustadz Yusuf Mansur mengawali dakwah lewat televisi dalam bentuk tausyiah kultum yang disiarkan oleh An TV dan Trans TV selama bulan Ramadhan menjelang buka puasa dan setiap sabtu malam selama bulan Ramadhan. Dari sini Yusuf semakin di kenal oleh masyarakat Indonesia. Kemudian pada awal tahun 2005 Yusuf bersama Sinema Art memproduksi sinetron-sinetron dakwah Maha Kasih (mengajak orang berbuat baik) ada 16 episode dan sinetron ini mendapat rating nomor satu di RCTI (Wawancara: dengan Ustadz Jameel, 11-03-2008).

Dengan media televisi inilah proses berlangsungnya dakwah dapat pesat majunya. Karena pesan televisi disajikan secara audio visual. Dilihat dari sisi aktualitas peristiwa, televisi bisa lebih cepat memberikan informasi paling dini kepada pemirsa. Dari segi khalayak, televisi dapat menjangkau

jutaan pemirsa. Kemudian efek kultural, televisi lebih besar daripada efek yang dihasilkan jenis-jenis media lainnya.

Disamping itu televisi merupakan media *modeling* terbaik dalam pembentukan karakter atau sifat pemirsa karena memiliki kelebihan dalam menciptakan daya tarik, persepsi, perhatian dan imajinasi kepada pemirsa dalam menkonstruksikan realitas, sehingga media televisi jauh lebih efektif bila digunakan untuk berdakwah. Selain itu dakwah di televisi memiliki relevansi sosiologis, mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam.

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini akan dibahas tentang kesimpulan dari penulis skripsi ini, kesimpulan di dapat dari data-data yang telah terkumpul, yang kemudian dianalisa dan di simpulkan. Secara sistematis bab lima meliputi, kesimpulan dan saran.

5.1. Kesimpulan

Dari uraian tentang strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur di media televisi yang telah penulis paparkan, dapat disimpulkan:

1. Strategi dakwah yang dilakukan oleh ustadz Yusuf Mansur adalah dakwah dengan cara *halaqoh* atau kelembagaan (Wisatahati) yang mempunyai program dakwah (Multi Tahajjud, MLS), Training Centre (Seminar, klinik, Spiritual Gathering, sekolah Trainer), Publishing (Buku, majalah, dan Penerbit Semestapena), WH community (distribusi produk WH berupa buku, CD, dll), WH Media (sponsorship, advertising), Event Organizer, WH Travel dan SMS. Kemudian melalui tabligh, dan regenerasi dengan sistem yang lebih bersifat organisasi dakwah bukan ceramah individual. Merupakan cara yang efektif untuk berdakwah, baik dakwah melalui media cetak maupun elektronik.
2. Strategi dan metode dakwah ustadz Yusuf Mansur di media televisi yaitu melalui ceramah dan lewat sinetron Maha Kasih, dimana di sinetron tersebut ustadz Yusuf Mansur menjadi produsernya dan cerita-cerita yang diambil adalah cerita nyata yang dialami jamaahnya ataupun pengalaman

pribadinya. Ustadz Yusuf Mansur menggunakan media televisi karena hampir semua lapisan masyarakat mempunyai televisi selain itu masyarakat saat ini sangat menyukai sinetron sehingga momen seperti ini sangat baik bila dimanfaatkan untuk ber dakwah.

5.2.Saran-Saran

Strategi dan metode dakwah melembaga melalui Wisatahati yang dipaparkan oleh ustadz Yusuf Mansur ini banyak memberikan inspirasi bagi banyak lembaga-lembaga dakwah di Indonesia. Oleh sebab itu Penulis menyarankan bagi kita (Mahasiswa, Alumni dan Dosen Fakultas Dakwah) untuk bisa meniru kiprah dari beliau, agar syi'ar dakwah di negeri ini semakin maju.

Kemudian bagi para peneliti selanjutnya agar penelitian seperti ini bisa dikembangkan lewat PPL (Praktek Pengalaman Lapangan) agar lebih tahu kinerja lembaga-lembaga dakwah secara nyata, sehingga kelak bisa membuat lembaga-lembaga dakwah yang serupa.

5.3.Penutup

Demikianlah skripsi ini dibuat, penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya. Karena itu penulis berharap saran ataupun kritik dari pembaca. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita sekalian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dzikron, 1992, *Metodologi Dakwah* Semarang : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo.
- Agama, Departemen, 2007, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci al-Qur'an.
- Ahmad, Amrullah, 1995, *Dakwah Islam Dalam Perubahan Sosial*, Yogyakarta: Prima Duta.
- Arifin, Muhammad, 2006, *Dakwah Multi Media*, Surabaya: Graha Ilmu Mulia.
- Arikunto, Suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Asep S. Muhtadi dan Sri Handayani, (ed), 2005, *Dakwah Kontemporer : Pola Alternatif Dakwah Melalui Televisi*, Bandung: Pusdai Press.
- Bactiar, Wardi. 1997, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta : Logos Wacana Ilmu.
- Azis, M, Ali, 2004, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Prenada Media.
- Azwar, Syafudin, 1998, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar offset.
- Bob de Wit dan Ron Mayer, 1998, *Strategy*, London: International Thomson Business Press.
- Danim, Sudarwan, 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Raharjo, Dawam, M. 1992. *Intelektual Intelegensia dan Perilaku Politik Bangsa*, Bandung, Mizan.
- DEPDIKBUD, 1994, *Kamus Besar Indonesia*, edisi 2, Jakarta: Balai Pustaka.
- Efendy, Onong Uchjana, 1989, *Kamus Komunikasi*, Bandung: CV Mandar Maju.
- Eriyanto, 2001, *Analisis Wacana*, LKiS : Yogyakarta, Cet.I.
- Gufroni, 1994, *Metode Dan Strategi Perkembangan Agama Islam Pada Lembaga Di Kotamadia Semarang*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (Tidak di publikasikan).

- Hadari, Nawawi, 1997, *Metode Penelitian Sosial*, Jakarta : Rineka Cipta.
- Http// www.bintangindonesia.com. Jurnalisme Kasih sayang, diakses tanggal 3 Januari 2008.
- Http// www.wisatahati.com. Penjelasan Ustadz Yusuf mansur, diakses tanggal 14 Februari 2008.
- Http// www.wisatahati.com. Welcome Wisatahati Corporation, diakses tanggal 25 maret 2008.
- Http://santri-indigo.org/ustadz Yusuf Mansur. diakses tanggal 1 maret 2008.
- Koran Republika, 2007, Mengurai Matematika Sedekah, Jakarta, Edisi: 2 September.
- Kusnawan, Aep, 2004, *Komunikasi Penyiaran Islam*, Bandung: Dehilman Production.
- Maelong, lexy, 2002, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, Bandung Remaja Rosdakarya.
- Majalah PPA News, 2007, *Spirit Dan Ramadhan*,Tangerang: Yayasan Daarul Qur'an Nusantara, Edisi September-Oktober 2007
- Majalah Swadaya, 2006, *The Art Of Giving*, Bandung
- Malayu, Hasibuan. 2001, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Mintzberg, Henry, 2007, *Make Your Boss Look Good*, dalam [http// :www. the Mckinsey Way](http://www.theMckinseyWay.com), diakses tanggal 24 Juni.
- Muhyidin, Asep, 2002, *Metode Perkembangan Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyadi, M, 1995, *Kajian Metode Dakwah Dr. K.H. Ez Muttaqien Dan Pokok Pemikirannya*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (Tidak di Publikasikan).
- Munir, M. 2006, *Metode Dakwah*, Jakarta: Pranada Media.
- Onong Uchana Effendy, 1990, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*, Bandung : PT. Cipta Aditya Bakti.
- Pimay, Awaludin, 2005, *Paradigma Dakwah Humanis; Strategi dan Metode Dakwah Prof. K.H. Syaifudin Zuhri*. Semarang: RASAIL
- Republika, 2007, Mahaka Media. Jakarta.

- Rofik, Fathur, M, 2004, *Metode Dakwah Dan Perjuangan K.H. A Nasucha Di Kabupaten Kebumen*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (Tidak di publikasikan)
- Sudarto, 2002, *Metodologi Penelitian Filsafat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sutisno, 1993, *Pedoman Praktis Penulisan Sinetron Televisi dan video*, Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Swadaya, 2006, *The Art Of Giving*, Bandung.
- Syukir, Asmuni, 1983, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas.
- Tofik, 2001, *Strategi Dakwah Hizbut Tahrir Dalam Menegakkan Daulah Khilafah Islamiyah (Melalui Jalur Politik)*, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (Tidak dipublikasikan)
- Wawancara dengan Hambali, dari bagian pemasaran product, tanggal 12-03-2008.
- Wawancara dengan Ustadz Achmad Jameel, Direktur Institut Wisatahati, tanggal 11-03-2008.
- Wawancara dengan ustadz Karnali, ustadz Pondok Daarul Qur'an, tanggal 11-03-2008.
- Www.republika.co.id.10/01/2006/ *Interview Ustadz Yusuf Mansur*. diakses tanggal 25 Maret 2008.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Bagus Pratiwi

TTL : Boyolali, 2 Mei 1984

Alamat Asal : Desa Kaligentong Rt. 04/05 Ampel Boyolali

Pendidikan :

1. SD Negeri II Ampel Boyolali lulus tahun 1997
2. MTs N I Salatiga lulus tahun 2000
3. MAN I Boyolali lulus tahun 2003
4. Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang lulus tahun 2008